

**YİYECEK İÇECEK ENDÜSTRİSİNİN FİNANSAL  
PERFORMANSININ ANALİZİ: ULUSLARARASI BİR  
KARŞILAŞTIRMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**FATMA SENEM BEYAZ**

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ  
ANABİLİM DALI**

**MERSİN  
HAZİRAN - 2018**

**YİYECEK İÇECEK ENDÜSTRİSİNİN FİNANSAL  
PERFORMANSININ ANALİZİ: ULUSLARARASI BİR  
KARŞILAŞTIRMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**FATMA SENEM BEYAZ**

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**



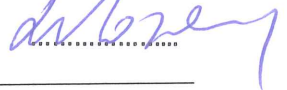
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ  
ANABİLİM DALI**

**Danışman  
Doç. Dr. Erdiñç KARADENİZ**

**MERSİN  
HAZİRAN - 2018**

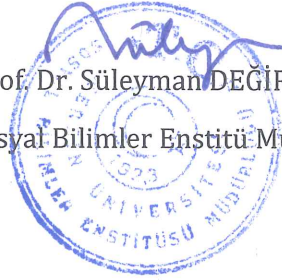
## ONAY

Fatma Senem BEYAZ tarafından Doç. Dr. Erdinç KARADENİZ danışmanlığında hazırlanan "Yiyecek İçecek Endüstrisinin Finansal Performansının Analizi: Uluslararası Bir Karşılaştırma" başlıklı çalışma aşağıda imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

| Görevi | Ünvanı, Adı ve Soyadı       | İmza  |
|--------|-----------------------------|---|
| Başkan | Doç. Dr. Erdinç KARADENİZ   |  |
| Üye    | Prof. Dr. Ömer İSKENDEROĞLU |  |
| Üye    | Doç. Dr. Levent KOŞAN       |  |

Yukarıdaki Jüri kararı Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 05.01.2018 tarih ve 2018/49 sayılı kararıyla onaylanmıştır.

  
Prof. Dr. Süleyman DEĞİRMEN  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



*Bu tezde kullanılan özgün bilgiler, şekil, tablo ve fotoğraflardan kaynak göstermeden alıntı yapmak 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümlerine tabidir.*

## ETİK BEYAN

Mersin Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinde belirtilen kurallara uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlâk kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak kullandığımı,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü Mersin Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı,
- Tezin tüm telif haklarını Mersin Üniversitesi'ne devrettiğimi beyan ederim.

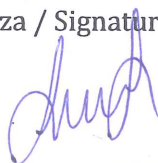
## ETHICAL DECLARATION

This thesis is prepared in accordance with the rules specified in Mersin University Graduate Education Regulation and I declare to comply with the following conditions:

- I have obtained all the information and the documents of the thesis in accordance with the academic rules.
- I presented all the visual, auditory and written informations and results in accordance with scientific ethics.
- I refer in accordance with the norms of scientific works about the case of exploitation of others' works.
- I used all of the referred works as the references.
- I did not do any tampering in the used data.
- I did not present any part of this thesis as an another thesis at Mersin University or another university.
- I transfer all copyrights of this thesis to the Mersin University.

29 Haziran 2018/29 June 2018

İmza / Signature



Fatma Senem BEYAZ

## ÖZET

Dünya genelinde ekonomik koşullar ve rekabet koşulları her geçen gün ağırlaşmaktadır. İşletmelerin varlıklarını sürekli kılmak, geleceğe ilişkin finansman ve yatırım kararlarını almak, krizlerden korunmak, üretim, faaliyet ve finansmanla ilgili maliyet ve gider kontrolünü en iyi şekilde gerçekleştirmek, finansal açıdan üstlendikleri riske uygun kar sağlayabilmek ve bunu sürekli kılabilmek için finansal yapılarını sık sık kontrol etmeleri gerekmektedir. Yeme içme olgusunun temel ihtiyaçlardan biri olması, teknolojik gelişmeler ve değişen tüketici talepleri gibi nedenler yiyecek içecek endüstrisinin gelişmesine büyük bir ivme kazandırmıştır. Yiyecek içecek işletmeleri genel olarak, sabit sermaye yatırım ağırlıklı, hammadde, personel, enerji, amortisman ve faiz gibi maliyetlerin kontrol edilebilirliğinin gün geçtikçe zorlaştığı, ağır rekabet koşullarında fiyat rekabetinin yoğunlaştığı işletmelerdir. Tüm bu etmenler doğrultusunda, bir yiyecek içecek işletmesinin başarısı ve sürdürülebilirliği, etkili ve verimli bir finans yönetimiyle ve finansal performansının sürekli olarak analiz edilmesi ve kontrolüyle mümkün olabilmektedir. Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de Avrupa ülkelerinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin finansal performanslarının oran analizi ile ölçülmesidir. Analiz bağlamında gerekli olan veriler, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)’nın yayımladığı sektör bilançolarından ve uluslararası faaliyet gösteren işletmelerin finansal verilerinin yayınlandığı Thomson Reuters Eikon finansal veri tabanından elde edilmiştir. Türkiye’de yiyecek içecek endüstrisinde faaliyet gösteren 72 yiyecek içecek işletmesiyle, Avrupa kıtasında sağlıklı verilerine ulaşılan 9 ülke borsasında işlem gören 40 halka açık yiyecek içecek işletmesi çalışma kapsamına alınmıştır. Söz konusu işletmelerin 2014-2016 yıllarına ilişkin likidite, mali yapı, verimlilik ve karlılık oranları hesaplanmış ve söz konusu oranlar hem endüstriyel hem de ülkesel bazda karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Sonuç olarak, likidite oranları bağlamında, Avrupa’daki işletmelerin kısa vadeli yükümlülükleri yerine getirme hususunda daha başarılı oldukları, finansal yapının Türkiye’deki işletmelerde ağırlıklı olarak yabancı kaynaklardan Avrupa’da ise özkaynaklardan meydana geldiği ve Türkiye’deki işletmelerin finansal riskinin fazla olduğu, varlık kullanım oranları bağlamında stok, alacak ve çalışma sermayesi yönetimlerinde Avrupa işletmelerinin daha başarılı olduğu, karlılık oranları açısından da Avrupa’daki işletmelerin Türkiye’deki işletmelere kıyasla daha iyi bir performans sergiledikleri gözlemlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Finansal Analiz, Oran Analizi, Yiyecek-İçecek İşletmeleri, Türkiye, Avrupa.

**Danışman:** Doç. Dr. Erdiñ KARADENİZ, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin Üniversitesi, Mersin.

## ABSTRACT

Worldwide, economic conditions and competition conditions are getting heavier every day. Companies have to check their financial structures frequently in order to keep their assets constant, to make financing and investment decisions about the future, to prevent crises, to realize cost and expense control related to production, activity and finance in the best way, to make the risk they take financially viable, and to make it permanent. The fact that the eating and drinking phenomenon is one of the basic necessities, technological developments and changing consumer demands have accelerated the development of the food and beverage industry. Food and beverage companies in general, fixed capital investments mainly, raw materials, personnel, energy, depreciation and interest costs such as control is becoming difficult day by day, price competition in heavy competition conditions is concentrated. In line with all these factors, the success and sustainability of a food and beverage companies can be achieved through effective and efficient financial management and continuous analysis and control of its financial performance. The aim of this study is to measure the financial performance of food and beverage companies operating in Turkey and Europe countries by ratio analysis. The data required in the context of the analysis were obtained from the sector balance sheets issued by the Central Bank of the Republic of Turkey (CBRT) and from the Thomson Reuters Eikon financial database, where the financial data of the companies operating internationally are published. 72 companies operating in the food and beverage sector in Turkey and 40 public-owned food and beverage companies, which are traded on 9 countries stock exchanges, whose healthy data has been reached, have been included in the scope of the study. The liquidity, financial structure, productivity and profitability ratios of these companies for the years 2014-2016 were calculated and these ratios were analyzed comparatively on both sectoral and national basis. As a result, in the context of liquidity ratios, the companies in Europe are more successful in fulfilling short-term obligations, the financial structure is mainly composed of foreign sources in Turkey and it is composed of equity in Europe, the financial risk of financial institutions in Turkey is higher, in terms of asset utilization ratios, European companies are more successful in managing stocks, receivables and working capital management, in terms of profitability ratios, it has been observed that companies in Europe perform better than companies in Turkey.

**Key Words:** Financial Analysis, Ratio Analysis, Food and Beverage Companies, Turkey, Europe.

**Advisor:** Assoc. Prof. Dr. Erdiñç KARADENİZ, Department of Tourism Management, Mersin University, Mersin.

## TEŞEKKÜR

Tez konusunun belirlenmesinden tezin son aşamasına kadar, bana yol gösterdiği ve inandığı, yoğun iş temposu arasında çok değerli vakitlerinden ayırarak benden yardım ve desteklerini esirgemediği, karşılaştığım her türlü zorluğun aşılmasında yardımcı olduğu, her aşamada sonsuz sabır gösterdiği, bilgi ve tecrübelerini esirgemeyerek bana yol gösterdiği ve hoşgörüsü için değerli danışmanım Doç. Dr. Erdinç KARADENİZ'e minnet ve şükranlarımı sunarım. Bu süreçte yanımda olduğu, desteğini hayatımın her anında bana hissettirdiği, tezimin başından sonuna kadar sunduğu yardımları, sabrı ve varlığı için Cemile ÖCEK'e teşekkür ederim. Hayatımın her anlamında her zaman yanımda olup benden maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen, verdiğim her kararın arkasında duran, beni motive eden, varlıklarıyla bana güç veren sevgili annem Ayten BEYAZ'a, babam H.MehmetBEYAZ'a, erkek kardeşim Semih BEYAZ'a,kız kardeşim Selin KARADAĞ'a ve eşi Metehan KARADAĞ'a teşekkür ederim. Çalışma süresince benden desteklerini esirgemeyen değerli hocalarım Arş. Gör. Selda DALAK'a, Arş. Gör. Fatih GÜNAY'a ve Arş. Gör. Sercan BENLİ'ye teşekkürlerimi sunarım.



## İÇİNDEKİLER

|   | <b>Sayfa</b> |
|---|--------------|
| İÇ KAPAK  | i            |
| ONAY  | ii           |
| ETİK BEYAN  | iii          |
| ÖZET  | iv           |
| ABSTRACT  | v            |
| TEŞEKKÜR  | vi           |
| İÇİNDEKİLER   | vii          |
| TABLOLAR DİZİNİ   | ix           |
| ŞEKİLLER DİZİNİ   | x            |
| KISALTMALAR ve SİMGELER   | xi           |
| <b>1. GİRİŞ</b>   | <b>1</b>     |
| <b>2. KAYNAK ARAŞTIRMALARI</b>  | <b>3</b>     |
| 2.1. Yiyecek-İçecek Endüstrisi ve Yiyecek İçecek İşletmeleri  | 3            |
| 2.1.1. Yiyecek-İçecek Endüstrisi  | 3            |
| 2.1.2. Yiyecek-İçecek Endüstrisinin Tarihsel Gelişim Süreci   | 7            |
| 2.1.3. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Kapsamı, Önemi ve Özellikleri  | 10           |
| 2.1.4. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması  | 13           |
| 2.1.4.1. Amaçlarına Göre Yiyecek-İçecek İşletmeleri   | 13           |
| 2.1.4.1.1. Ticari (Kar) Amaçlı Yiyecek-İçecek İşletmeleri   | 14           |
| 2.1.4.1.2. Ticari (Kar) Amacı Olmayan Yiyecek-İçecek İşletmeleri  | 20           |
| 2.1.4.2. Büyüklüklerine Göre Yiyecek-İçecek İşletmeleri   | 22           |
| 2.1.4.3. Mülkiyetlerine Göre Yiyecek-İçecek İşletmeleri   | 23           |
| 2.1.4.4. Yasal Açıdan Yiyecek-İçecek İşletmeleri  | 23           |
| 2.1.5. Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Dikkate Alınması Gereken Faktörler   | 24           |
| 2.1.6. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Yönetimsel ve Finansal Sorunları   | 28           |
| 2.2. Finansal Analiz  | 34           |
| 2.2.1. Finansal Analiz Kavramı ve Önemi   | 34           |
| 2.2.2. Finansal Analiz Türleri  | 35           |
| 2.2.2.1. Kapsamına ( Analizin Yapılış Biçimine) Göre Finansal Analiz Türleri  | 36           |
| 2.2.2.2. Amacına Göre Finansal Analiz Türleri   | 36           |
| 2.2.2.3. Analiz Yapanın Durumuna Göre Finansal Analiz Türleri   | 37           |
| 2.2.3. Finansal Analiz Teknikleri   | 38           |
| 2.2.3.1. Karşılaştırmalı Tablolar (Yatay) Analizi   | 39           |
| 2.2.3.2. Dikey Yüzde Analizi  | 39           |
| 2.2.3.3. Eğilim (Trend) Analizi   | 40           |
| 2.2.3.4. Oran (Rasyo) Analizi   | 40           |
| 2.2.3.4.1. Oran Analizinin Başarı Koşulları   | 41           |
| 2.2.3.4.2. Oranların Sınıflandırılması  | 42           |
| 2.2.3.4.2.1. Likidite Oranları  | 43           |
| 2.2.3.4.2.2. Mali (Finansal) Yapı Oranları  | 47           |
| 2.2.3.4.2.3. Faaliyet Oranları  | 53           |
| 2.2.3.4.2.4. Karlılık Oranları  | 56           |
| 2.2.3.4.2.4.1. Kar ile Sermaye Arasındaki İlişkileri Gösteren Oranlar   | 56           |
| 2.2.3.4.2.4.2. Kar ile Satışlar Arasındaki İlişkileri Gösteren Oranlar  | 58           |
| 2.2.3.4.2.4.3. Kar ile Finansal Yükümlülükler Arasındaki İlişkileri Gösteren Oranlar  | 60           |
| 2.2.3.4.2.5. Borsa Performans Oranları  | 61           |
| <b>3. LİTERATÜR TARAMASI</b>  | <b>63</b>    |
| 3.1. Finansal Performansın Ölçülmesiyle İlgili Yiyecek İçecek Endüstrisi Dışındaki Endüstrilere Yönelik Gerçekleştirilen Çalışmalar | 63           |



|   |     |
|---|-----|
| 3.2. Finansal Performansın Ölçülmesiyle İlgili Yiyecek İçecek Endüstrisine Yönelik Gerçekleştirilen Çalışmalar            | 71  |
| <b>4. MATERYAL ve YÖNTEM</b>  | 78  |
| 4.1. Araştırma Problemi   | 78  |
| 4.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı  | 81  |
| 4.3. Araştırmanın Önemi   | 81  |
| 4.4. Araştırma Soruları   | 82  |
| 4.5. Veri Kaynakları ve Örneklem  | 83  |
| 4.6. Analiz Yöntemi   | 85  |
| 4.7. Model ve Değişkenler   | 85  |
| 4.8. Sınırlılıklar  | 88  |
| <b>5. BULGULAR ve TARTIŞMA</b>  | 89  |
| 5.1. Avrupa ve Türkiye'deki Yiyecek İçecek İşletmelerinin Finansal Performansının Oran Yöntemiyle Karşılaştırmalı Analizi | 89  |
| 5.1.1. Likidite Analizi Bulguları   | 89  |
| 5.1.2. Finansal Yapı Analizi Bulguları  | 92  |
| 5.1.3. Faaliyet (Devir Hızı) Analizi Bulguları  | 95  |
| 5.1.4. Karlılık Analizi Bulguları   | 98  |
| 5.2. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Finansal Performansının Ülke Bazlı Karşılaştırılması                                   | 104 |
| <b>6. SONUÇLAR ve ÖNERİLER</b>  | 117 |
| <b>KAYNAKLAR</b>  | 130 |
| <b>ÖZGEÇMİŞ</b>   | 137 |

## TABLolar DİZİNİ

|   | <b>Sayfa</b> |
|---|--------------|
| Tablo 1. Analiz Kapsamında Avrupa Ülkelerindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri              | 84           |
| Tablo 2. Likidite Oranları  | 86           |
| Tablo 3. Mali (Finansal) Yapı Oranları  | 86           |
| Tablo 4. Varlık Kullanım Oranları   | 87           |
| Tablo 5. Karlılık Oranları  | 87           |
| Tablo 6. Türkiye ve Avrupa Yiyecek-İçecek Endüstrisinin Likidite Oran Ortalamaları      | 89           |
| Tablo 7. Türkiye ve Avrupa Yiyecek-İçecek Endüstrisinin Finansal Yapı Oran Ortalamaları | 92           |
| Tablo 8. Türkiye ve Avrupa Yiyecek-İçecek Endüstrisinin Faaliyet Oran Ortalamaları      | 96           |
| Tablo 9. Türkiye ve Avrupa Yiyecek-İçecek Endüstrisinin Karlılık Oran Ortalamaları      | 99           |
| Tablo 10.1. Likidite Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması                           | 104          |
| Tablo 10.2. Likidite Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması                           | 104          |
| Tablo 11.1. Mali Yapı Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması                          | 108          |
| Tablo 11.2. Mali Yapı Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması                          | 108          |
| Tablo 12.1. Faaliyet Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması                           | 109          |
| Tablo 12.2. Faaliyet Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması                           | 110          |
| Tablo 13.1. Karlılık Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması                           | 113          |
| Tablo 13.2. Karlılık Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması                           | 113          |

## ŞEKİLLER DİZİNİ

|  | Sayfa |
|--|-------|
| Şekil 1. Ağırlama Endüstrisinin Temel Yapısı | 4     |



## KISALTMALAR ve SİMGELER

| Kısaltma/Simge | Tanım                                   |
|----------------|---|
| BİST           | Borsa İstanbul                          |
| DD             | Defter Değeri                           |
| GİA            | Gri İlişkisel Analiz                    |
| İBM            | Uluslararası İş Makineleri              |
| İMKB           | İstanbul Menkul Kıymetler Borsası       |
| KAP            | Kamuyu Aydınlatma Platformu             |
| KOBİ           | Küçük veOrta Büyüklükteki İşletme       |
| KVYK           | Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar           |
| MEB            | Milli Eğitim Bakanlığı                  |
| NYSE           | New York Menkul Kıymetler Borsası       |
| PD             | Piyasa Değeri                           |
| TCMB           | Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası       |
| TL             | Türk Lirası                             |
| TÜRSAB         | Türkiye Seyahat Acentaları Birliği      |
| UNWTO          | Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü |
| UVYK           | Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar           |
| VZA            | Veri Zarflama Analizi                   |

## 1. GİRİŞ

Dünya genelinde yaşanan ekonomik, siyasi, teknolojik, demografik ve sosyal değişimler işletme sayılarının artmasına, faaliyet yapılarının değişmesine ve endüstrilerin genişlemesine neden olmuştur. Bu bağlamda, ekonomik koşullar ve rekabet koşulları her geçen gün giderek ağırlaşmaktadır. İşletmelerin varlıklarını sürdürülebilir kılmak, geleceğe ilişkin finansman ve yatırım kararları almak; bununla birlikte ekonomik ve finansal krizlerden korunmak için üretim, faaliyet ve finansmanla ilgili maliyet ve gider kontrolünü en iyi şekilde gerçekleştirmek, üstlendikleri riske uygun düzeyde kar elde etmek ve bunun sürekliliğini sağlamak için finansal yapılarını sık sık analiz etmeleri gerekmektedir.

İşletmelerin, finansal planlamalarının etkin bir şekilde gerçekleşip gerçekleşmediğini belirlemek, faaliyetlerinin başarısını ölçmek, varlık ve kaynak yönetimlerinin ne derece verimli yerine getirildiğini tespit etmek amacıyla işletmelerin mali tabloları üzerinden çeşitli teknikler kullanarak finansal analiz gerçekleştirmek mümkündür. Finansal planlama, varlık yönetimi, fon ihtiyacının belirlenmesi ve gereksinim duyulan fonların sağlanması ve kontrol mekanizmasının gerçekleştirilmesi için finansal yönetim bağlamında temel bir fonksiyon olan finansal analiz büyük önem arz etmektedir. Finansal analiz tekniklerinden biri olan oran analizinde, oranların doğru bir şekilde hesaplanması, oranlama yapılırken birbiriyle ilişkili kalemlerin kullanılması, işletmeler için sağlıklı yorum ve değerlendirmelerde bulunma hususunda yararlı olacaktır. Tüm bu etmenler doğrultusunda, herhangi bir endüstriye ilişkin herhangi bir işletmenin başarısının etkili ve verimli bir finans yönetimiyle mümkün olduğu söylenebilir.

Bu tez çalışmasının amacı, ülke ekonomisine ve gelişimine büyük katkılar sağlayan yiyecek içecek endüstrisinin Türkiye'deki ve Avrupa ülkelerindeki finansal performansının, finansal analiz tekniklerinden biri olan oran yöntemiyle analiz edilerek uluslararası bağlamda karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesidir. Bu bağlamda, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası(TCMB)'nın hazırladığı ve yayınladığı sektör oranlarından ve Avrupa'da 9 ülke borsasında işlem gören 40 halka açık yiyecek içecek işletmesinin Thomson Reuters Eikon finansal veri tabanından elde edilen finansal tablolarından yararlanılmıştır. Söz konusu yiyecek içecek işletmelerinin 2014, 2015 ve 2016 yıllarına ilişkin finansal performanslarını belirlemek amacıyla likidite, finansal yapı, faaliyet oranları ve karlılık oranları analiz edilmeye çalışılmıştır.

Araştırma, belirlenen amaçlara yönelik olarak beş bölümden meydana gelmektedir. Araştırmanın ikinci bölümünde yiyecek içecek işletmelerinin genel durumu, önemi, tarihsel gelişimi ve sınıflandırılmasına ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Ardından, işletmelerin finansal tablolarından faydalanarak gerçekleştirilen finansal analiz teknik ve yöntemleri açıklanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda, finansal analize ve oran analizine ilişkin teorik bilgiler sunulmaktadır.

Araştırmanın üçüncü bölümünde, tarafımızca gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda konuyla ilgili daha önce yapılmış yiyecek içecek endüstrisine ve yiyecek içecek endüstrisi dışındaki diğer endüstrilere ilişkin çalışmalar özetlenmektedir.

Araştırmanın dördüncü bölümünde ise, araştırmanın problemi, amacı ve kapsamı, önemi, veri kaynakları, araştırmada kullanılan analiz yöntemi ve kısıtları açıklanmaktadır.

Araştırmanın beşinci bölümünde ise, araştırmanın amacına yönelik olarak gerçekleştirilen finansal performans ölçümü sonucunda ulaşılan bulgulara ve bulgular doğrultusunda yapılan yorumlamalara yer verilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın son bölümünde ise, analiz sonucunda elde edilen bulgular tartışılarak, genel bir değerlendirme yapılmaya ve konuya ilişkin öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.



## **2. KAYNAK ARAŞTIRMALARI**

Bu bölümde ilk olarak yiyecek-içecek endüstrisinin tanımı açıklanmaya çalışılarak bu endüstrinin gelişme nedenleri, yiyecek içecek işletmelerinin önemi ve temel özellikleri ile ilgili bilgiler sunulmaktadır. Daha sonra yiyecek-içecek işletmelerinin sınıflandırılması açıklanarak yiyecek-içecek işletmelerinde dikkate alınması gereken faktörler konusuna yer verilmektedir. Bölümün sonunda, finansal analiz kavramı ve önemi, finansal analiz çeşitleri ve finansal analiz teknikleri teorik olarak açıklanmaktadır.

### **2.1. Yiyecek-İçecek Endüstrisi ve Yiyecek İçecek İşletmeleri**

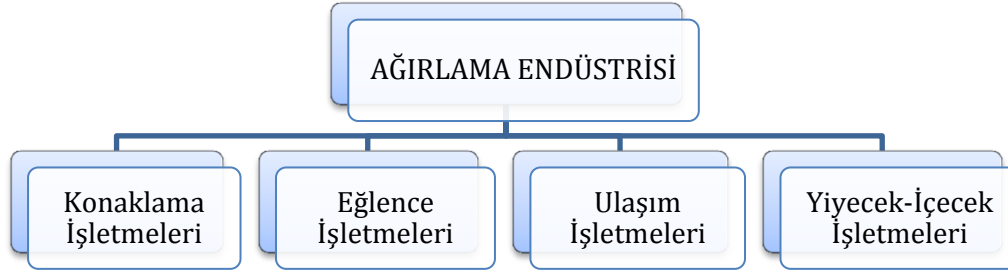
Bu bölümde, yiyecek içecek endüstrisi tanımı teorik olarak açıklanmakta, ardından söz konusu endüstrinin gelişim nedenlerine ve yiyecek içecek işletmelerinin önemi ve temel özelliklerine yer verilmektedir. Daha sonra yiyecek içecek işletmelerinin sınıflandırılması ve yiyecek içecek işletmelerinde dikkate alınması gereken faktörler sunulmaktadır.

#### **2.1.1. Yiyecek-İçecek Endüstrisi**

Endüstri; doğal kaynaklar, emek, sermaye ve girişim gibi üretim faktörlerinden yararlanmak suretiyle mal ya da hizmet üretiminde bulunma, söz konusu mal ve hizmetlerin dolaşımı konusunda faaliyette bulunma çabalarının tümü olarak ifade edilmektedir (Olalı ve Korzay, 1993: 5). Bir başka tanıma göre ise kuruluş amaçları ve gösterdikleri ekonomik faaliyetler bakımından benzerlik gösteren işletmelerin bir araya gelerek oluşturdukları gruplar endüstriyi meydana getirmektedir. Bir faaliyetin hangi endüstri sınıflandırması içerisinde yer aldığı belirlenebilmesi çeşitli kriterlerle mümkündür. Bilinen ilk sınıflama, Merkezi İstatistik Bürosu (Central Statistics Office) tarafından Endüstriyel Sınıflama "Industrial Classification" adıyla 1948 yılında İngiltere'de yapılmıştır. Daha sonra bu sınıflama 1958, 1968 ve 1980 yıllarında yenilenmiştir. Yapılan bu sınıflama 9 ana gruptan oluşmaktadır, ağırlama (hospitality) endüstrisi de bu ana gruptan biridir. Yiyecek-içecek hizmetleri ise, ağırlama endüstrisinin alt faaliyet dallarından biridir (Türksoy, 1997: 1-2).

Hizmet endüstrileri dönemi, 1950, 1960 ve 1970 yılları süresince özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde tüketici odaklı ekonomik faaliyetlerin etkisiyle daha kaliteli ve daha fazla hizmet arz eden bir kitlenin oluşmasına paralel olarak ortaya çıkmıştır. Öte yandan, hizmet endüstrisi içerisinde yer alan en dinamik ve en umut vadeden endüstrilerden biri de ağırlama hizmet endüstrisi olarak kabul edilmektedir (Aktaş, 2011: 2).

Ağırlama endüstrisi kavramı, daha çok ticari amaçla faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri fikrini uyandırmaktadır. Buna karşılık, günümüz şartlarında söz konusu kavram, farklı sebeplerle yaşadıkları yerlerden uzakta bulunan insanlara barınma, eğlence, ulaşım ve yiyecek içecek hizmeti sunan kurum ve kuruluşları kapsamaktadır (Sökmen, 2011: 1).



**Şekil 1.** Ağırlama Endüstrisinin Temel Yapısı  
Kaynak: Sökmen, 2011

Yukarıda da ifade edildiği üzere, yiyecek içecek işletmelerinin, ağırlama endüstrisinin bir alt endüstrisini oluşturduğu ve ulaşım, eğlence, konaklama alt endüstrilerini tamamlayan işletmeler olduğu söylenebilmektedir. Buradan hareketle, yiyecek içecek hizmet işletmeleri, sahip olduğu donanım ve sunduğu hizmetin kalitesiyle kişilerin öncelikle yeme ihtiyaçlarını karşılayan sonrasında ise dinlenme hizmeti sunan işletmelerdir (Türksoy, 2002: 4). Yiyecek- içecek endüstrisi ise insanların hayati fonksiyonlarını sürdürebilmek için gereksinim duydukları yiyecek ve içecekleri hazırlayıp, söz konusu yiyecek ve içecekleri bir sistem çerçevesinde ortaya koyan ve gün geçtikçe gelişim gösteren bir endüstri olarak kabul edilmektedir (Sönmez, 2008: 1).

Yiyecek- içecek hizmetleri, hem bağımsız olarak yürütülebilmekte hem de ağırlama endüstrisinin alt endüstrilerinin her biri içerisinde yer alabilmektedirler. Bu bağlamda yiyecek- içecek endüstrisi hem bu endüstrileri etkilerken hem de bu endüstrilerden etkilenmektedir. Dolayısıyla yiyecek- içecek işletmesi yöneticilerinin hem bu hususta hem de ağırlama endüstrisi içerisindeki alt faaliyet dalları arasındaki karşılıklı ilişki hakkında bilgi sahibi olmaları önem arz etmektedir (Ninemeier, 1998: 3).

Yiyecek ve içecek endüstrisi, esasında insana dayalı bir endüstri olduğundan esnek bir tutum söz konusudur. Bu nedenle, dünya genelindeki değişim ve gelişmeler, söz konusu endüstriyi hızlı ve kolay bir şekilde etkileyebilmektedir. Değişim ve gelişime açık olan bu endüstri, meydana gelen değişimlere kolaylıkla adapte olmak durumundadır. Değişimleri fark ederek ve doğru çıkarımlarda bulunarak, beklentiye, trendlere ve tüketici ihtiyaçlarına uygun talepleri arza çevirebilmek işletmelere değişimler karşısında avantaj sağlamakla birlikte



endüstri içerisindeki sürdürülebilirliklerini sağlamak açısından da büyük önem arz etmektedir(Doğdubay ve Saatçı, 2017: 52).

Yiyecek içecek endüstrisi içerisinde yer alan işletmelerin sundukları ürünlerin büyük bir kısmının hizmet olması söz konusu endüstriyi diğer endüstrilerden ayrı kılan en temel özelliklerdendir. Hizmet ve ürün kavramı arasındaki farklar, mal ve hizmet sunan işletmelere etki etmektedir. Bu etkileşim yiyecek içecek endüstrinin temel özelliklerini meydana getirmektedir. Yiyecek içecek endüstrisine ilişkin temel özellikler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Sarışık, Çavuş ve Karamustafa, 2010: 10);

- Üretilen ürünlerin çoğu fiziksel değildir,
- Üretilen ürünler homojen değildir,
- Üretilen ürünler dayanıksızdır,
- Değişken maliyetler oldukça yüksektir,
- Rekabet yoğundur,
- Üretilen ürünlerin ikame edilmesi kolaydır.

Yeme içme faaliyetinin insanlar için karşılanması gereken esas ve devamlı gereksinimlerden biri olması sebebiyle, yiyecek içecek endüstrisi dünya genelinde ekonomik kriz zamanlarında dahi devamlı gelişme gösteren endüstrilerden biri konumundadır. Dolayısıyla, bu endüstride hizmet sağlayan kişi, kurum ve kuruluşların sayısı bir hayli fazladır ve tarihsel gelişimi de oldukça eskiye dayanmaktadır (Pınar, 2015: 3).Günümüze kadar olan süreçte yiyecek-içecek endüstrisinde gözlemlenen gelişmelerin çoğu üzerinde endüstrileşmeyi takip eden birtakım trendlerin etkin olduğu söylenebilir. Yiyecek içecek endüstrisinde hizmet işletmelerinin de var olması sebebiyle son zamanlarda gerçekleşen gelişmeler, tüketici beklentileri doğrultusunda şekil almıştır. Söz konusu endüstrinin hızlı gelişim göstermesine neden olan etkenler ise şu şekilde sıralanabilir (Doğdubay ve Cevizkaya, 2015: 14, Türksoy, 2002: 10, Rızaoğlu ve Hançer, 6-7-8-19, MEB, 2012: 3);

- **Boş zaman hususundaki değişimler:** Zaman, bireylerin yeme-içme alışkanlıklarına iki şekilde etki etmektedir. Birincisi; bireylerin boş vakitleri fazla olduğunda buldukları yerden uzaklaşma eğilimleri artmakta ve dışarıda gerçekleştirdikleri yeme içme faaliyeti fazlaşmaktadır. Zamanın ikinci bir etkisi ise; bireylerin yoğun çalışma temposu içerisinde boş vakitlerinin kısıtlı oluşuyla ilişkilidir. Çalışan kadınların sayısı her geçen gün artmakta ve bu da çalışan kadınların evde daha az vakit geçirmelerine dolayısıyla yemek pişirmek istememelerine ya da yemek pişirmeyi bilmemelerine neden

olmaktadır. Dolayısıyla kısıtlı boş vakit, bireylerin dışarıda yeme içme alışkanlıklarının artmasına neden olmuştur.

- **Harcanabilir gelir miktarındaki artış ve hayat tarzlarındaki değişimler:**İnsanların ortalama harcanabilir gelirlerinin ve ailelerde gelir getiren birey sayılarının artması ve tam zamanlı olarak çalışarak yorulan insanların evde yemek pişirmek istememeleri gibi etkenler, insanların daha sık dışarıda yeme-içme faaliyetlerine katılmalarına etki etmiştir.
- **Yiyecek ve içecek hizmeti sunan işletme sayılarındaki artış:**Teknolojik gelişmeler, sosyolojik değişimler ve bireylerin dışarıda yeme-içme faaliyetlerine katılma isteklerinin artması, yiyecek-içecek işletmelerinin sayısını arttırmıştır. Bu durum da işletmeleri yoğun rekabet ortamına iterek yiyecek-içecek fiyatlarının düşmesine neden olmuştur. Dolayısıyla yiyecek-içecek fiyatlarının düşmesiyle birlikte insanların dışarıda yeme-içme sıklığı artmıştır.
- **Dışarıda yeme içme kültürü konusundaki sosyal kabul edilebilirliğin gelişmesi:**Deneyimin, günümüzde saygınlık ölçütü olarak maddi varlıkların yerini alması ve geleneksel aile kalıplarının aksine kendi varlığını göstermeye çalışan genç kuşağın ortaya çıkması, insanların yiyecek ve içeceklere olan merakını arttırmış ve yeme içme konusundaki algılar hızla değişmiştir. Dolayısıyla, birçok insan dışarıda yeme içme faaliyetlerine yönelmiştir.
- **Tüketicilerin demografik özelliklerinin farklılaşması:**Dünya genelinde ülkelerin nüfus yoğunluğunun çoğunu gençler oluşturmaktadır. Bu genç nüfus, yaşlılara kıyasla vaktinin çoğunun dışarıda geçirdiğinden dışarıda yeme alışkanlıkları fazladır. Ayrıca üniversite ve yatılı okul öğrencileri genç nüfus içerisinde geniş bir paya sahip olduğundan dışarıda yeme içme eğilimleri oldukça fazladır. Maddi imkânların yeterliliği de dışarıda yeme faaliyetine katılımı arttırmaktadır. Öte yandan, kadın-erkek ayrımının ortadan kalkmasıyla ve artan çalışan kadın sayısıyla, ekonomik bağımsızlığı olan kadınların dışarıda yeme-içme faaliyetine katılmaları artmıştır.
- **Menüler konusundaki gelişmeler:**Bir yiyecek içecek işletmesinin asıl amacı, işletme türü ne olursa olsun sunduğu hizmetin çıktısı olan yiyecek içecek ürünlerini satabilmektir. Bu husustaki en etkin yöntem ise menüdür. Menüler, yiyecek içecek endüstri içerisindeki işletmelerin pazarlama, finansman ve yiyecek içecek sunma hususundaki politikaların bir çıktısı olmasının yanında söz konusu politikalar menüde ortaya konulmaktadır.
- **Gerçekleşen coğrafik değişimler:**Büyük bir şehrin merkezi bir yiyecek içecek işletmesi için oldukça elverişli olabilir. Ancak küçük ya da büyük şehirlerde karşılaşılan olumsuzluklar sebebiyle şehir dışı ya da karayolları güzergâhları da tercih

edilebilmektedir. Günümüzde alışveriş merkezleri de oldukça dikkat çeken ve yiyecek-içecek işletmeleri açısından elverişli alanlardır.

- **Hem uluslararası hem de ulusal düzeyde seyahat eden kişi sayılarındaki artış:**Tatile çıkan insan sayısı her gün artmakta ve buna paralel olarak da yiyecek-içecek tüketimi de hız kazanmaktadır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün son açıkladığı "World TourismBarometer"(Dünya Turizm Barometresi) raporuna göre, 2017 yılında dünya genelinde seyahat eden kişi sayısının %7 artış göstererek toplam 1 milyar 322 milyon kişiye ulaştığı gözlemlenmiştir. Bu durum, 2010 yılından itibaren 7 yıllık süreç içerisinde gerçekleşen en yüksek oran olarak değerlendirilmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, mevcut eğilimlere, ekonomik beklentilere ve bakış açılarına dayanarak uluslararası seyahat endüstrisinde 2018 yılında büyüme oranının %4-5 olarak gerçekleşeceğini öngörmektedir.Bu oran, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün 2030 yılına kadarki uzun dönemli turizm tahmini içerisinde 2010-2020 periyodu için öngördüğü %3,8'lik ortalama artışınbiraz üzerinde olmaktadır.

### 2.1.2. Yiyecek-İçecek Endüstrisinin Tarihsel Gelişim Süreci

Seyahat edenlerin en temel ihtiyaçlarından birisi yeme içme olduğundan, yiyecek içecek endüstrisinin tarihsel gelişiminin insanlığın varoluşu kadar eskilere dayandığını söylemek mümkündür (Yılmaz, 2007: 8). İlk insanlar tarafından mağara duvarlarına çizilen hayvan figürleri, insanların açlık duygusunun hissettikleri korkunun önüne geçerek hayatlarını tehlikeye atmak pahasına avlandıklarının bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Eski Mısır'da ise tapınak ve mezarlarda bulunan figürler, o dönemde yaşayan insanların toplu yemek hazırlama ve sunma bilgisine sahip olduklarını göstermektedir (Gürsoy, 1995: 9).

Öte yandan, yiyecek-içecek endüstrisi, yeme-içme konusundaki gelişmelere paralel olarak gerçekleşmiştir. Özellikle Hititler, Sümerler, Romalılar, Mısırlılar ve Helenler gibi ilk çağ medeniyetlerinin, söz konusu endüstrinin temelini attıkları bilinmektedir (Sarıışık, Çavuş ve Karamustafa, 2010: 2).

M.Ö 5000'li yıllarda Mezopotamya'da bulunan Sümerler'in öküz yardımıyla çektikleri tahta sabanlar kullandıkları, kanallar açarak ekinleri suladıkları, tahıl, meyve ve sebze yetiştirdikleri ve hayvan besledikleri bilinmektedir (Maviş, 2003: 3). Mısırlılar ise, mayayı keşfederek bira ve ekmeğin yapımı için yeni tekniklere öncü olmuşlardır (Belge, 2001: 42-253). Hititler ve Sümerler, dönemlerinde ekmeğin pişirme konusunda farklı teknikler geliştirmişlerdir. Öyle ki, Sümerler "tennur"adını verdikleri Anadolu'da tandır olarak bilinen pişirme tekniğini keşfetmişlerdir (Delemen, aktaran Sarıışık, Çavuş ve Karamustafa, 2010: 2).

M.Ö'ye ait Çin kayıtlarında ise, seyahat edenlerin hanlarda konakladıklarından ve buralarda yemek yediklerinden söz edilmektedir. Bununla birlikte, büyük kentlerde bulunan dükkânlarda yemek, pilav ve içki satışı yapıldığından da bahsedilmektedir (Maviş, 2003: 3). Öte yandan, dünyada ilk yiyecek-içecek işletmesine dair bir kesinlik söz konusu olmasa da 11.yüzyılda Çin'de açıldığı varsayılan ve ülkenin diğer kesimlerinden gelenlere yeme-içme hizmeti sunan işletmenin modern restoranların atası olarak kabul edildiği bilinmektedir (Sarışık ve Hatipoğlu, 2009: 187).

Romalılarda, yemek ve şarap sunan küçük lokantalar "Taberna"olarak ifade edilmekteydi. O dönemden bugüne yüzyıllar içerisinde "Taberna"sözcüğü günümüzde çalgılı meyhane anlamına gelen ve eğlence amacıyla gidilen "Taverna"sözcüğü halini almıştır. Söz konusu tabernalar, günümüz İtalya'sında "Trattoria"olarak ifade edilmekte ve küçük lokantaların atası olarak bilinmektedir (Gürsoy, 1995: 12; Maviş, 2003:4). Asur ticaret kolonisinin yerleşim alanı olan Kaniş'te (Kültepe/Kayseri) yapılan arkeolojik çalışmalar neticesinde lokanta ve benzeri mahallerin varlığından söz edilmektedir. Antik Yunan'da ise, aşçıların saygın kişiler olduğu ve o dönemde yemek tarifleri için patentler alınabildiğinden söz edilmektedir. Bunun yanı sıra, Antik Yunan'da şölen ve ziyafetler geniş yer bulmaktaydı. Öyle ki günümüzde bile bilinmekte olan, Şarap Tanrısı "Bacchus"için sınırsız yemek ve eğlencenin var olduğu "BacchanalFestivali"düzenlenmekteydi. Orta Çağ'da isetoplu yemek kültürü, genellikle o dönemdeki manastırlarda rahipler ve keşişler arasında gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, Orta Çağ'da toplu yemek hizmetleri için esnaf loncaları oluşturulmuştur. Izgaraacılar Loncası (ChainedesRotisseurs), XII. yüzyılda Paris'te faaliyet göstermeye başlamıştır. Bu lonca, yine aynı isimle bir gurme kulübü olarak günümüzde de varlığını sürdürmektedir (Gürsoy, 1995: 11-14).

Restoranlar ise, XIV. Louis döneminin ardından Fransa'ya gelen insanların yeme gereksinimlerini, odalarında kendi kendilerine yada toplu yeme hizmeti sağlayan yerlerde sipariş vererek karşılamaları şeklinde ortaya çıkmıştır. Sadece kalabalık grupların yararlanabildiği bu hizmet günümüzdeki "catering" hizmetine benzemektedir. Her gün yeme ihtiyacında olan insanların bu ihtiyacı karşılama konusunda yaşadıkları sıkıntıların fark edilmesiyle ve yeme ihtiyacı duyan insanların her gün ve aynı saat dilimlerinde yemek yemeye gelecekleri düşünülerek bu hizmeti sağlamaya yönelik bir işletme açma fikri gün yüzüne çıkmıştır (Zencir, 2017: 5).

Bugünkü anlamda yiyecek içecek işletmelerinin ise ilk olarak Fransa'da burjuva rejiminin sonlanmasıyla ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Bununla birlikte, ilk profesyonel işletme, 1765'te Paris şehrinde MonsieurBoulangier tarafından kurulan "Restorante"adını verdiği çorba restoranıdır. Bu tarihten önce, han ve benzeri yerlerde yalnızca karın doyurmak amacıyla sınırlı sayıda yemek yenilmekteydi. AncakBoulangier, sağlığa iyi geldiğine ve besleyiciliğine inandığı çorba çeşitlerini satışa sunmuş ve bir yeniliğin adımını atmıştır. Daha

sonra, yine Paris şehrinde 1782'de AntoineBeauvilliers tarafından "La GrandeTaverne de Londres"adında bir restoran açılmıştır. Bu restoranda, şık masa ve sandalyeler mevcuttu ve yemekler günümüz alakart restoranlarındaki gibi belirli saatlerde sunuluyordu. Ayrıca, Beauvilliers, bir menü hazırlayıp, gelen müşterileresunmaktaydı. Sonraki zamanlarda Paris'te restoranlar açılmaya devam etti ve 1804 yılında restoran sayısı 500'ü aşmış bulunmaktaydı. (Sarıışık ve Hatipoğlu, 2009:185;Maviş, 2003: 8,9).

İtalya'da ise, Osmanlı'dan kahve öğrenilmesiyle ilk kafe ve bar işletmeleri ortaya çıkmıştır. Bu işletmelerde kahve ile çeşitli alkollü ve alkolsüz içecekler sunulmuştur. Bu süreçte kahve çok sevilmiş ve hızla tüm Avrupa'ya yayılmıştır. İngiltere'de ise kafelerde her çeşit içkiyle beraber aperatif tarzındaki yiyecekler sunulmuş ve oldukça elit yerler kabul edilerek üst sınıfın sohbet amaçlı tercih ettikleri yerler haline gelmiştir (Dorf, aktaran Sarıışık, Çavuş ve Karamustafa, 2010: 3).

Amerika kıtasında restoranların ortaya çıkışı Avrupa'dan gelenlerin şehir hayatına adapte olmalarıyla ortaya çıkmıştır. Amerika'ya yerleşen Avrupalıların farklı milletlere mensup oluşları farklı yiyecek-içecek kültürlerine erişimi kolay kılmıştır. Bununla beraber Vahşi Batı'da bulunan bar ve konaklama alanları, endüstrideki yiyecek-içecek işletmelerinin temeli kabul edilmektedir. Ancak bu konuda profesyonelleşme "Büyük Buhran" dan sonra gerçekleşebilmiştir. Buhran öncesi seyyar satıcılık oldukça yaygınken, buhran'ın yansımalarının azalmasıyla lüks yiyecek-içecek işletmeleri ortaya çıkmıştır. Farklı tür ve büyüklükteki restoranların kurulması ise II.Dünya Savaşı'ndan sonra yaygınlaşmıştır (Zencir, 2017: 11-12).

Anadolu'da ise kesin kayıtlar bulunmamakla beraber, kervansaraylarda parayla yiyecek-içecek satışı gerçekleştirildiğinden ticari anlamdaki ilk yiyecek-içecek işletmelerinin 600'lü yıllara dayandığı söylenebilir. Ancak resmi kayıtlara göre, 1550'lerde açılan bir kahvehane ilk ticari yiyecek içecek işletmesidir. Osmanlılarda lokantacılık oldukça gelişmiş bir düzeydedir. Öyle ki, IV. Murat döneminde köfteci, kebabçı, aşçı gibi esnafın varlığından söz edilmektedir. Yiyecek-içecek alanındaki bu esnaflar genel itibariyle tek bir ürüne yoğunlaşmış ve hazırladıkları yiyecekleri arabalarla sunmuşlardır. Evliya Çelebi de "Seyahatname"adlı eserinde İstanbul'daki yiyecek içecek konusundaki işyeri sayısının 2500'ü aştığını belirtmiştir. Birçok yiyecek-içecek ürününü bir arada bulunduran ilk lokanta ise 1879'da Konya'da kurulmuştur (Bingöl, 2015: 34-35).

Cumhuriyet'in ilk yıllarında ise modernleşmenin etkisiyle eğlence yerlerinin sayısı artmış ve bu gelişme lokanta, bar ve kahvehanelere de yansımıştır. İstanbul'daki mevcut işletmelerin benzerleri büyük şehirlerde görülmeye başlanmıştır. 1960'lı yıllardan başlayarak imtiyazlı ortaklıklar ve zincir işletmelerle hizmette kalite önem kazanmış ve rekabet yoğunlaşmıştır. 1980'li yıllarda ise Türkiye'nin rekabet, serbest piyasa ve uluslararası sermaye kavramlarıyla tanışmasıyla yiyecek-içecek alanında büyük atılımlar gerçekleştirilmiş ve yerli

halkın yanında yabancı insanlara da hizmet sunma konusu önem kazanmıştır. Bununla beraber özellikle “zincir üyesi olan hızlı servis restoranları” sayısı oldukça artmıştır. 1990’lı yıllarda ise bağımsız işletmeler ve geniş ölçekli ortaklıklar hızlı artış eğilimine girmiş ve insanların dışarıda yeme sıklıklarının artmasıyla rekabet ortamındaki şartlar ağırlaşmaya başlamıştır. Bu durum yiyecek içecek işletmelerinin daha fazla kalite ve zaman odaklı işletme anlayışına yönelmelerini sağlamıştır (Sarışık ve Hatipoğlu, 2009: 189).

Günümüzde ise, insanların gerçekleştirdikleri seyahatlerin bir neticesi olarak, yeme içme gereksinimlerinin yanı sıra ev dışında yemek yeme kültürü de büyük bir ivme kazanmıştır. Dolayısıyla, yerel yiyecek içecek çeşitlerinde ve sayılarında da hızlı bir gelişim gözlemlenmektedir (Yılmaz, 2012: 9). TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu’na (2014) göre, dünya genelindeki turist sayısının 1 milyardan fazla olduğu ve bu turistlerin seyahat yeri seçiminde yemek yemenin büyük önem taşıdığı vurgulanmaktadır. 2014 yılında seyahatlerinde Türkiye’yi tercih eden 41milyon 415 bin turist gerçekleştirdiği harcama miktarının toplamda 34,3 milyar doları bulunduğu belirlenmiştir. Bu turistlerin kişi başı harcamasının 828 dolar olarak hesaplanmıştır. Toplam harcama miktarının 6 milyar 523 milyon dolarının yani toplam harcamaların %19’unun yeme içme faaliyetlerinde kullanıldığı belirlenmiştir. Bu bağlamda, turist harcamalarının beşte birinin yani kişi başı 157,5 dolarlık harcamanın yeme içme için yapıldığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, yiyecek içecek endüstrisi her geçen yıl daha önemli bir hale gelmektedir

Bireylerin ev dışında yeme-içme faaliyetlerinin yıllar itibariyle artış eğilimi göstermesi, yiyeceklerin hazırlanması ve işlenmesi hususlarında önemli değişimlere neden olmaktadır. Fast-food yeme-içme kültürünün giderek yaygınlaşması, modern işleme ve muhafaza tekniklerini beraberinde getirmektedir (Türksoy, 1997: 3). Öte yandan, Avrupa ülkeleri de Avrupa Birliği çerçevesinde karşılıklı görüşmeler yaparak yiyecek içecek işletmelerine ilişkin standartları belirlemeye çalışmaktadırlar. Bir ülkede yemek kültürü gelişmiş ise bu yasal düzenlemelere de yansımaktadır. Yiyeceğin üretildiği ortamın maksimum düzeyde hijyenik olması, modern yemek teknolojilerinin kullanılması, personelin eğitilmesi ve kalite yönetimi kabul gören standartların temelini oluşturmaktadır (Koçak, 2006: 2).

### **2.1.3. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Kapsamı, Önemi ve Özellikleri**

Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi içerisinde fizyolojik gereksinimler ilk sırada yer almaktadır. İnsan hayatı açısından ayrı bir önem arz eden yeme-içme gereksinimi, fiziksel gereksinimlerin en önemlilerinden biridir. Bu denli önem taşıyan hayati gereksinimin karşılanmasına yönelik olarak girişimciler tarafından yiyecek içecek hizmeti sunan işletmeler oluşturulmuştur (Tütüncü, 2009: 11).

Yiyecek-içecek işletmeleri; yapı, teknik donatım, konfor ve bakım gibi maddesel özelliklerinin yanı sıra sosyal değer ve personelin hizmet kalitesi gibi niteliksel özellikleriyle de bireylerin yeme-içme ihtiyacını karşılamaya yönelik ekonomik, sosyal ve disiplin altına alınmış ve bunu meslek edinmiş işletmelerdir (Koçak, 2012: 1; Sökmen, 2005: 4). Bir tanıma göre, yiyecek içecek hizmet işletmeleri; bünyesinde bulundurduğu donanımla ve sunduğu hizmetin kalitesiyle müşterilerin öncelikli olarak yiyecek içecek ihtiyaçlarını karşılayan, daha sonra ise müşterilerin dinlenmesine ve hoşça vakit geçirmesine yönelik hizmet sunan işletmeler olarak tanımlanmaktadır (Türksoy, 2002: 4). Zengin ve Demirkol (2015), yiyecek içecek işletmelerini, genelde seyahate katılan bireylerin yeme içme gereksinimlerini karşılamak ve belirli bir kar elde etmek amacıyla kurulmuş işletmeler olarak ifade etmektedir. Söz konusu işletmeler, konaklama tesislerinin tamamlayıcı bir ögesi olarak kurulmalarının yanında, yiyecek içecek ile ilgili bağımsız olarak da kurulabilen işletmelerdir (Zengin ve Demirkol, 2015: 164-165). Akın ve Akın (2013)'e göre ise bu işletmeler; yiyecek içecek endüstrisi içerisinde yiyecek içecek hizmeti sunan ve insanların yeme içme gereksinimlerini karşılayan ticari niteliğe sahip işletmeler olarak ifade edilmektedir (Akın ve Akın, 2013: 147).

Yiyecek içecek işletmelerinin önemi ise aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Yılmaz, Yılmaz ve Yılmaz, 2013: 48-49; Zengin ve Demirkol, 2015: 165; Doğdubay ve Saatçı, 2017: 169; Aktaş, 2011: 2-3);

- Yiyecek içecek hizmetleri her şeyden önce bu hizmetlerden faydalanacak olan müşteriler açısından büyük önem arz etmektedir. Bunun esas nedeni ise modernleşen yüzyılda bireylerin hayat standartlarındaki, görgü ve bilgi düzeylerindeki gelişimlerin yaşam biçimlerini değiştirmesidir. Gerekçe ne olursa olsun müşteriler yiyecek içecek hizmetlerinin kaliteli olmasını arzu etmektedirler.
- Yiyecek içecek işletmelerine gelen bireylerin asıl amacı yemek yemek olsa da dinlenme, sosyal ihtiyaçlar, duygusal gereksinimler, saygınlık gibi gerekçelerle de yiyecek içecek işletmelerine ihtiyaç duyabilmektedirler.
- Sosyal ve siyasi birçok konu, yemek masalarında gündeme gelip karara bağlandığından yiyecek içecek işletmelerinin sunduğu yiyecek ve içeceğin kaliteli ve lezzetli olmasının yanı sıra servisin de kaliteli olması müşterilere kendilerini daha iyi ve daha rahat hissettirecektir. Dolayısıyla, memnuniyet yaşayacak olan müşterilerin sosyal ilişkileri ve bazen aile ilişkileri de olumlu yönde etkilenecektir.
- Yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin esasında müşteri tatmini sağlayacak mal ve hizmet üretimi konusundaki çabalarının yanı sıra işletmelerin sürekliliği açısından karlılık hedeflerini de göz önünde bulundurmaları büyük önem arz etmektedir.

- Yiyecek içecek hizmeti bu hizmeti sunan işletmeler ve kurumlar açısından da oldukça önemlidir. Ekonomik yönden kar sağlamayı hedefleyen işletmeler sundukları hizmetlerden memnun olan müşterilerde işletmeye bağlılık oluşturur ve satışlarının artmasına katkıda bulunurlar.
- Ağırlama hizmet işletmeleri açısından yiyecek içecek bölümünün önemi, bu bölümden sağlanan satışların toplam gelire sağladığı katkıyla ölçülebilmektedir. Dolayısıyla, yiyecek içecek bölümlerinde gerçekleştirilecek iyi organizasyonlarla ve nitelikli yöneticilerle hedeflenen amaçlara ulaşmak mümkün olabilmektedir.
- İnsanların en temel fizyolojik gereksinimlerinden birinin yeme içme olduğu göz önünde bulundurulduğunda, yiyecek içecek işletmelerinin ne denli önemli olduğu görülebilmektedir. Söz konusu gereksinim, yiyecek içecek endüstrisinin her geçen gün büyüme göstermesi ve yiyecek içecek işletmelerinin istihdam yaratması açısından da oldukça önemli bir husustur.
- Günümüzde globalleşmenin, sanayileşmenin, teknolojinin ve sosyo-ekonomik gelişmelerin etkisiyle ev dışında yeme içme olgusu da artış göstermektedir. Bu bağlamda, bu hizmeti sunan işletmeler de önem kazanmıştır.
- Yiyecek içecek hizmetlerinde çalışan personellerin güler yüzlü ve işin profesyonelleri olmaları müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilemekte ve müşteriler işletmenin ücretsiz reklamcıları olmaktadır.
- Yiyecek içecek hizmetleri, personel açısından da önem arz etmektedir. Ticari amaçla faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde personeller çoğunlukla yüzdesel olarak çalıştıklarından satışların artmasıyla aylık gelirleri de artış göstermektedir. Ayrıca, hizmetten memnuniyet duyan müşterilerin verdiği bahşişler de personel gelirine katkı sağlamaktadır.

Yiyecek içecek işletmelerini diğer işletmelerden ayrı kılan çeşitli özellikleri bulunmaktadır. Bu özelliklerin yöneticiler, yatırımcılar ve çalışanlar tarafından iyi bilinmesi gerekmektedir. Yiyecek içecek işletmelerinin söz konusu temel özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Zengin ve Demirkol, 2015: 166-167);

- Yiyecek içecek işletmelerinde ürün çeşitliliği oldukça fazladır,
- Yiyecek içecek işletmelerinde emek ve malzeme yoğunluğu fazladır,
- Yiyecek içecek işletmelerinin örgütsel yapısı, diğer endüstrilerdeki işletmelerden farklıdır,
- Yiyecek içecek işletmelerinde menü planlaması önemli bir husustur,
- Yiyecek içecek işletmelerinde müşteri tipleri farklı olmaktadır.



#### **2.1.4. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Sınıflandırılması**

Yiyecek içecek işletmelerinde sınıflandırma, ülkeler bağlamında farklılık gösterebilmektedir. Ancak, temel özellikler bakımından benzerlikler bulunmaktadır. Yiyecek içecek işletmeleri sınıflandırılırken kıtalararası farklılıklar da ortaya çıkmaktadır. Öte yandan Avrupa Birliği gibi aynı topluluk içerisinde yer alan ülkeler, sınıflandırma konusunda benzer özellikler göstermektedir (Denizer, 2012:5). İşletmeleri, işlevleri ve yöneldikleri amaçları doğrultusunda da farklı şekillerde sınıflandırmak mümkün olmaktadır. Bu sınıflandırmanın en temel nedeni ise işletmeleri daha sistematik ve daha kolay bir biçimde inceleyebilmektir. Bunun yanında sınıflandırma, sınıflamaya tabii olan işletmelerin daha yakından tanınarak söz konusu işletmeler için etkin çözümler üretilmesine olanak sağlamaktadır (Yılmaz ve diğerleri, 2013: 12).

Günümüz yaşam koşullarında gerçekleşen sosyal ve ekonomik değişimlerin etkisiyle insanlar gün içerisinde en az bir yada birkaç öğününü ev dışında karşılamak durumunda kalmaktadır. Ev dışında, kapsamlı yemek, yiyecek içecek makineleri, çabuk servis gibi çok sayıda yiyecek içecek hizmet türü mevcuttur. Bu nedenle, yiyecek içecek hizmeti sunan işletmeleri tanımlamanın ve sınıflandırmanın gücü yanında tayin edilen sınıflamaların sınırlarını belirleme hususlarında oldukça güç olabilmektedir (Çetin, 2003: 1).

Birçok ağırlama işletmesi, farklı yiyecek içecek işletmelerinin nasıl sınıflandırılacağı hususunda hemfikir değildir. Bu işletmeleri sınıflandırmayı zorlaştıran faktör ise bazı işletmelerin birden fazla kategoriye giriyor olmasıdır. Ancak, öne çıkan birkaç yiyecek içecek işletme sınıflandırma kriteri mevcuttur. Bunlardan biri mülkiyettir. Bu işletmeler genellikle bağımsız olarak sahip olunan veya bir zincir ya da franchise şeklinde var olan işletmelerdir. Yiyecek içecek işletmelerini sınıflandırmanın bir diğer yaygın yolu ise hizmet türlerine göre yapılmaktadır (Piotrowski, 2016: 280). Bazı ölçütler çerçevesinde sınıflandırmaya dâhil olan bir işletme farklı ölçütlere göre yapılan bir sınıflandırmaya da dâhil olabildiğinden yiyecek içecek işletmeleri daha genel bir sınıflandırmayla, kar amaçlı(ticari) yiyecek içecek işletmeleri ve kar amacı olmayan yiyecek içecek işletmeleri olarak iki temel grupta toplanabilmektedir (Yılmaz ve diğerleri, 2013: 50). Öte yandan, yiyecek içecek işletmelerinin amaçlarına, büyüklüklerine, mülkiyetlerine, hukuki yapılarına, faaliyet alanlarına ve pazar yapılarına göre çeşitli kriterlere göre sınıflandırıldığı da görülmektedir (Sökmen, 2010: 3).

##### **2.1.4.1. Amaçlarına Göre Yiyecek-İçecek İşletmeleri**

Bu sınıflandırma içerisinde işletmeler, kar amacı taşıyıp taşıyamama durumlarına göre ikiye ayrılmaktadır. Ticari işletmeler, tamamıyla kamuya ya da özel mülkiyete ait

olabilmektedir. Ticari amaçlı yiyecek içecek işletmeleri, yiyecek ve içecek sunumunun esas faaliyet olduğu yerlerin yanında, alışveriş merkezleri, tiyatro gibi yiyecek ve içeceğin ikincil faaliyet olduğu yerleri de içerisine almaktadır. Kar amacı taşımayan işletmeler de aynı şekilde kamu ya da özel mülkiyetli olabilmektedir. Söz konusu işletmeler genelde sınırlı pazara hizmet sunmaktadır. Kar amacı taşımayan işletmelerin esas görevi yiyecek içecek hizmeti sunmak değildir. Genel olarak besleyici yemek sunarken, işletme içindeki birim maliyetleri minimuma indirmek için çaba gösteren hastane, okul, iş yerleri gibi işletmelerdir (Koçak, 2012: 5).

#### **2.1.4.1.1. Ticari (Kar) Amaçlı Yiyecek-İçecek İşletmeleri**

Esas faaliyetleri yiyecek içecek hizmeti sunmak olan ve bu hizmetleri karşılığında kar sağlamayı hedefleyen işletmeler ticari amaçlı yiyecek içecek işletmeleri olarak ifade edilmektedir (Pırnar, 2015:5). Ticari yiyecek içecek işletmelerinin esas amacı, müşteri memnuniyeti sağlayarak planlanan karlılığa ulaşmaktır. Bu bağlamda, yiyeceklerin sunumları ve lezzetleri bu işletmeler açısından önem arz etmektedir (Sökmen, 2011: 6).

Ticari (kar) amaçlı yiyecek içecek işletmeleri yapılanma hususunda genel olarak; bağımsız yiyecek içecek işletmeleri, zincir yiyecek içecek işletmeleri ve esas faaliyet alanı yiyecek içecek hizmeti olmayan zincir işletmeler şeklinde sıralanabilmektedir. Bağımsız yiyecek içecek işletmeleri, esas faaliyetleri yiyecek içecek hizmeti sunmak olan ve zincir bağlantısı olmayan, işletmeciliği belirli kişi ya da kişilerce yapılan, düşük sermayelerle de faaliyete başlama kolaylığı sağlayan yiyecek içecek işletmeleri olarak ifade edilmektedir. Zincir yiyecek içecek işletmeleri ise büyük ve geniş bir organizasyonun parçası olarak hareket eden ve esas faaliyetleri yiyecek içecek hizmeti sunmak olan işletmelerdir. Bununla birlikte, aynı çeşit malzeme, donanım ve menü gibi zincire ait belirli standartlar ve uygulamalar söz konusudur. Zincire ait olma; yatırım, nakit, kısa vadeli ve uzun vadeli finansman gerekleri, reklam, personellerin eğitimi ve teknolojinin yakından takibi hususlarında avantaj sağlarken; pazar koşullarına hızlı uyum sağlayamama ya da çeşitli bürokratik sorunlar gibi hususlarda da dezavantaj sağlamaktadır. Esas faaliyet alanı yiyecek içecek hizmeti olmayan zincir işletmeler ise esas faaliyetleri yiyecek içecek olmasa da bu hizmeti bünyelerinde bulunduran, alışveriş merkezi, mağaza gibi zincir işletmeler de yiyecek içecek hizmeti organizasyonun bir parçası olarak kabul edilir. Bu tür işletmeler ülkesel ya da bölgesel farklılıklarda hizmet çeşitleri hakkında daha esnek politikalar izleme imkânına sahip olabilmektedirler (Yılmaz ve diğerleri, 2013: 50-51; Sökmen, 2010: 6).

Ticari (kar) amaçlı yiyecek içecek işletmeleri aşağıda sırasıyla açıklanmaya çalışılmaktadır.

**a) Restoranlar:** Restoranlar, müşterilere yeme hizmeti sunan kuruluşlar olarak ifade edilmektedir (PrimaryGrammarand Word Study, 2008: 52). Olalı ve Korzay (1993)'a göre ise, restoran; tabldot, alakart, ya da özel çeşitli yiyecek içecek hizmetinde bulunan ve bu yiyecek içecek hizmetlerini yemeklere uygun servis yöntemleriyle sunarak insanların yeme içme ihtiyaçlarını karşılayan tesisler olarak belirtilmektedir (Olalı ve Korzay, 1993: 20). Restoranların, esas işlevi müşteriye yiyecek içecek hizmeti sunmadır. Öte yandan, restoran işletmeleri hitap ettiği müşteri portföyü doğrultusunda üretim çeşidi, kapasite ve hizmetin niteliği açısından da çeşitlilik göstermektedir (Yılmaz, 2012: 12). Bu açıdan restoranlar kendi içerisinde, geleneksel (full service) restoranlar ve özellikli (speciality) restoranlar olarak sınıflandırılabilir.

**a1) Geleneksel (Full Service) Restoranlar:** Geleneksel restoranlarda farklı servis yöntemleri, zengin menüler ve farklı pişirme usulleri uygulanmaktadır. Geleneksel restoranlar genelde büyük otellerin bünyesinde yer alır ya da şehirlerin çekiciliği bulunan farklı yerlerinde konumlandırılırlar. Geleneksel restoranları çekici kılmak amacıyla, müzik, dans ve eğlence gibi etkinliklere yer verilmesinin yanı sıra çevre düzenlemesine ve iç dekorasyona da önem verilmektedir. Bazı geleneksel restoran işletmeleri ise belirli bir ulusal mutfak üzerine yoğunlaşmış uzmanlaşarak çekicilik unsurlarını arttırmayı hedeflemektedirler. Geleneksel restoranlar üç çeşit olarak ele alınıp incelenmektedir. Bunlar; lüks restoranlar, mom ve pop restoranlar ve büyük ölçekli restoranlardır(Aktaş, 2011: 4).

- **Lüks Restoranlar:**Lüks restoranlar 100 kuverden az bağımsız olarak faaliyet gösterebilecekleri gibi lüks otellerin bünyesinde Chef de Rang servis sistemine göre yer alabilmektedirler. Lüks restoranlar daha çok satın alma gücü yüksek, zengin nüfusun olduğu bölgelerde hizmet verirler. Söz konusu restoranlarda servis, profesyonel servis elemanları tarafından gerçekleştirilir ve oldukça kaliteli yiyecek ve içecekler sunulur. Öte yandan bu işletmeler, lüks bir şekilde dekore edilirler. Menüler oldukça zengin olup, dünya mutfağından nadide lezzetler sunulur, Avrupalı şefler istihdam edilir ve özellikle Fransız mutfağına ağırlık verilir (Aktaş, 2001: 5; Yılmaz, 2007: 13).
- **Mom ve Pop Restoranlar:**Bu tür işletmeler genelde aile restoranlarıdır ve sunulan yiyecek içecek çeşitliliği sınırlıdır. Servis personelinin çok bilgili olmasına gerek yoktur. Daha çok hamburger, pizza, sandviç gibi belirli sayıda ürün sunan yiyecek içecek işletmeleriyle rekabet halinde bulunmaktadır (Küçükaslan, 2011: 15). Yemeklerin birçoğu taze yiyeceklerle hazırlanmakta ve servis genelde bayan personeller tarafından gerçekleştirilmektedir (Zengin ve Demirkol, 2015: 171).

- **Büyük Ölçekli Restoranlar:** Bu restoranlar, diğer geleneksel restoran türleri olan lüks restoranlardan ve mom ve pop restoranlardan ayrıldıkları alan bakımından üç ya da beş kat daha büyüktür (Aktaş, 2011:5).Söz konusu restoranlar, 300-500 kişilik oldukça büyük kapasiteye sahiptirler. Menüde çeşitlilik sınırlı olmakla beraber müşterilere birkaç çeşit de tabldot alternatifi sunulmaktadır (Yılmaz, Yılmaz ve Yılmaz, 2013: 52).Büyük ölçekli restoranlar, 1930 ve 1940'lı yıllarda Batı Avrupa'da ve Amerika'da gelişim göstermiştir. Bu tür restoranlarda yarı kalifiye aşçılara, yoğun denetim şartları altında standartlaştırılmış reçeteler uygulatıldığından israf en asgari düzeylere çekilebilmektedir (Küçükaslan, 2011: 15).

**a2) Özellikli (Speciality) Restoranlar:** Özellikli restoranlar, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Amerikalı turistlerin Avrupa'ya seyahatleriyle birlikte yaygınlaşmıştır. Özellikli restoranlar adından da anlaşılacağı gibi menü, atmosfer ve dekorasyonu belirli bir tema üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu restoranların ortak özelliği müşterilerin daha az vakit geçirmeleri ve self servis yönteminin uygulanmasıyla işgücü maliyetlerinin düşürülmesidir (Aktaş, 2001: 7-8; Zengin ve Demirkol, 2015, 171). Aşağıda sırasıyla özellikli restoran türleri açıklanmaktadır.

- **Aile Restoranları:**Söz konusu restoranlarda sabah kahvaltısı, öğle ve akşam yemeği servisleri sunulmaktadır. Bunun yanında, menü çeşitliliği sağlamak amacıyla sandviç ve çeşitli kahvaltılıklar da bulunmaktadır. Aile restoranlarında, siparişin türüne göre yemekler taze ya da dondurulmuş yiyecekler kullanılarak hazırlanmaktadır. Öte yandan, aile restoranlarının sadeliği, samimi havası ve pahalı olmayan servis tarzı müşterilerde ilgi uyandırmaktadır (Sönmez, 2008: 13-14; Aktaş, 2001: 8).
- **Ekonomik (Ucuz) Kebap Restoranları:**Bu restoranlarda, genelde self servis şeklinde hizmet sunulmaktadır. Bu restoranlar kebab çeşitlerinden birinde uzmanlaşarak günümüzde oldukça yaygın bir hale gelmiştir (Zengin ve Demirkol, 2015: 172).
- **Pizza Restoranları:**Pizza restoranları, pizza ve tamamlayıcı ürünlerin banko personelinden sipariş edilerek, yemeklerin hizmetin sunulduğu yerde yenilmesi ya da paket servis şeklinde alınıp gidilmesi esasına dayanan işletmeler olarak ifade edilmektedir (Wood ve Brotherton, 2008: 428).Chibili (2017)'ye göre pizza restoranları, belirli bir ürüne odaklanmakta ve bu ürün üzerinde uzmanlaşmaktadırlar.
- **Temalı (Theme) Restoranlar:** Temalı restoranlarda dekor, önceliğe sahiptir. Bu restoranlarda yeme hizmeti almak isteyen müşteriler, eğlenceli bir atmosferle ve iç tasarımın gerçekliğiyle hoşça vakit geçirebilirler. Ayrıca bu restoranlarda ruh hali, olayın orkestrasyonu ve müşterinin hayal gücünün birleşmesi neredeyse yemeğin dışlanmasına neden olan en önemli özelliklerdir. Çoğu zaman yemekler minimal

gastronomik tatlarla ancak renkli görsel bir görüntüyle sunulur. Daha çok çabuk pişirme gerektiren yemekler ve sınırlı sayıda seçme olanağı sunan menüler yer almaktadır. Bu restoranların cazibesi çarpıcılık anlayışındandır; bir nehir kıyısında uzak bir tropik ada gibi görünen demirlenmiş yüzen bir köşk şeklinde ya da şehrin arka sokaklarında bir zindan mağarası şeklinde dekore edilmiş olarak karşımıza çıkmaktadır (Finkelstein, 2013: 83-84).

**b) Çabuk Yemek Sunan (Fast-Food) Restoranlar:** Çabuk yemek sunan restoranlar, müşterilerin bir dizi çizgide ya da kıvrımlı bir hat üzerinde sıraya girerek yemeklerini sipariş ettikleri restoranlardır. Genellikle, kasadaki personel siparişi alır, yiyecekleri birleştirir ve ödemeleri alır. Hizmetin daha hızlı ve tek kullanımlık olması bu hizmet tarzının karakteristik özelliklerindedir. Hızlı yemek servisi, ilk ve orta dereceli okullarda, işyerlerinde, hastanelerde, kolejler ve üniversitelerde, askeriye ve eğlence tesislerinde uygulanabilmektedir (Baraban ve Durocher, 2001: 20). Çabuk yemek sunan restoranlarda müşteri, tercihini yaptığı menünün fiyatını öder ve masaya oturup hazırlanmasını bekler. Genellikle self servis söz konusudur. Sunulan hizmet oldukça hızlıdır ve servis personeli sadece masadan boşları toplar ve masaları temizler. Bu tür işletmelerde yiyeceğin hazırlanması ve sunulması iyi bir şekilde yönetilmelidir. Aksi takdirde hazırlanan yiyecekler 10 ila 20 dakikalık süre zarfında tüketilmezse tat ve görünümündeki çeşitli deformeler sebebiyle atılmak durumunda kalılabilmektedir (Sökmen, 2010: 7).

**c) Snack Barlar ve Publar:** Snack barlar, otel işletmelerinde yer alabileceği gibi bağımsız bir şekilde defaaliyet gösterebilirler. Söz konusu işletmeler, müşterilere genelde çay, kahve, sandviç gibi hafif yiyecek ve içeceklerle hizmet sunan işletmelerdir. Servis hızlıdır ve sunulan yiyecek ve içecekler fiyat olarak ucuzdur. Publar ise, alkolsüz içeceklerin yanında meze olarak servis edilebilen yiyeceklerin de sunulduğu işletmelerdir. Bazen yiyecek çeşitliliği fazla olan publara rastlamak da mümkündür. Çoğunlukla, gençler tarafından tercih edilmektedirler (Yılmaz, Yılmaz ve Yılmaz, 2013: 53).

**d) Kafe ve Kafeteryalar:** Bu işletmelerde genelde hafif yiyecek ve içecekler sunulmaktadır. Müşterilere gün içerisinde erken saatlerden geç saatlere kadar hizmet verilmektedir. Genelde gençler tarafından tercih edildiklerinden ortam müzikle zenginleştirilmeye çalışılır. Kafe ve kafeteryalarda, servisin hızı yüksek ve müşteri sirkülasyonu fazla ve fiyatlar ucuzdur. Söz konusu işletmeler son yıllarda, esas faaliyet alanı yiyecek içecek hizmeti sunmak olmayan alışveriş merkezi, mağaza gibi işletmelerde ek birim olarak karşımıza çıkmaktadır (Yılmaz, 2007: 15).

**e) Alışveriş Merkezlerindeki Restoranlar:** Son yıllarda büyük alışveriş merkezlerinin sayısı hızla artmakta ve yiyecek içecek işletmeleri de bu merkezlerde hizmet sunmaktadırlar. Self servis uygulaması yoğunlukta olsa da masaya servis de söz konusu olmaktadır. Müşteriler tercih ettikleri yiyecek içecek işletmelerinden satın aldıkları ürünleri merkezi alanda bulunan masalarda tüketirler, masalardaki boş servisler merkezi temizlik elemanları tarafından toplanmakta ve masalar yine bu elemanlar tarafından temizlenmektedir (Sökmen, 2010: 7-8).

**f) Sıradan/Olağan Restoranlar:** Sıradan restoranlar, günümüzde şehir merkezlerinde, çarşıda, pazarda karşımıza çıkan; dekorasyon, personel, menü ve hizmet şekli açısından bir özellik ve farklılık göstermeyen işletmelerdir. Servis şekli standart masa servisi olarak gerçekleştirilmektedir (Sarıışık, Çavuş ve Karamustafa, 2010: 31). Bu restoranlarda, yiyecek ve içecekler makul fiyatlarla ve orta düzeyde yetenekli ve eğitilmiş personellerce sunulmaktadır (Taşdağı, 2016: 31).

**g) Etnik Restoranlar:** Temalı restoranlar ve etnik restoranlar birbirine karıştırılmakta hatta birçok çalışmada etnik restoranlar temalı restoranlar başlığı altında, temalı restoranlar ise etnik restoranlar başlığı altında incelenmektedir (Bekar ve Dönmez, 2014:804). Temalı restoranlarda, restoranın dekorasyonu, yemekleri, müziği ve genel görünümü aynı tema etrafında tasarlanırken, etnik restoranlarda sunulan yemekten, dekorasyona hatta personel üniformalarına kadar her unsur kültür etrafında şekillenmektedir (Elements Business Skill, 2008: 60-61). Etnik restoranlar, insanların farklı kültürlere ve bu kültürlere ilişkin yeme biçimlerine duydukları merak sonucunda yaratılan talebi karşılamak amacıyla ortaya çıkmıştır. Etnik restoranlar, birçok ayrıntıda etnik temayı yansıtmaktadırlar (Teyin ve diğerleri, 2017: 84). Hizmetin sunumunun kültüre yönelik olarak farklı olmasının yanında, personelin o mutfığa yönelik deneyimli olması oldukça önemlidir. Bu restoranlar, bir otel işletmesi bünyesinde işletilebileceği gibi bağımsız olarak da işletilebilmektedir (Sökmen, 2010: 8).

**h) Ulaşım Endüstrisinde Yiyecek-İçecek İşletmeleri:** Bu tür işletmeler herhangi bir sosyo-ekonomik pazara yönelik olarak faaliyette bulunmazlar. Ulaştırma endüstrisi bünyesindeki yiyecek ve içeceklerin üretimi ve servisi hem diğer işletmelerden hem de kendi içerisinde ulaşım aracının türüne bağlı olarak farklı olmaktadır. Ulaştırma endüstrisindeki yiyecek içecek işletmeleri, karayollarında verilen yiyecek içecek hizmetleri, denizyollarında verilen yiyecek içecek hizmetleri, demiryollarında verilen yiyecek içecek hizmetleri ve havayollarında verilen yiyecek içecek hizmetleri olarak 4 grupta sınıflandırılmaktadır (Yılmaz, Yılmaz ve Yılmaz, 2013: 53);

- **Karayollarında verilen yiyecek-içecek hizmetleri:**Eski zamanlarda yol güzergâhlarında bulunan hanların yerini, 24 saat hizmet veren mola yerlerine kurulan restoranlar almış bulunmaktadır. Genellikle self servis olarak faaliyet göstermektedirler. Bunun yanında, garson servisli restoranlarıyla, satış makineleriyle ve paketli yiyecek içecekleriyle de hizmet sunmaktadırlar (Koçak, 2012: 8).
- **Denizyollarında verilen yiyecek içecek-hizmetleri:**Denizyollarında sunulan bu hizmetler, seyahatlerin mesafesine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Kısa mesafeli yolculuklarda daha çok hızlı yiyecek ürünleri ikram edilmektedir. Uzun süreli deniz aşırı seyahatlerde ise gemiler lükstür. Kurvaziyer olarak da ifade edilen, deniz aşırı seyahatlerde tercih edilen bu gemilerde sunulan yiyecekler fiyata dâhil olmasının yanında oldukça da kalitelidir (Benli, 2015:9).
- **Demiryollarında verilen yiyecek-içecek hizmetleri:**Genelde, kafe, self servis ve personelin servis sunduğu işletmeler, yiyecek içecek makinelerinin bulunduğu istasyonlarda yer alan hizmetler ve seyahat esnasında sunulan hizmetlerden oluşmaktadır. Seyahat esnasında yiyecek içecek hizmeti, yolcuların yemek hizmetinin sunulduğu vagona gidip yemeklerini yedikten sonra koltuklarına dönmesi şeklinde ya da yolcuların self servis büfe arabalarından yiyecek ve içecekleri kendilerinin gidip alması şeklinde gerçekleşmektedir (Zengin ve Demirkol, 2015: 174-175).
- **Havayollarında verilen yiyecek-içecek hizmetleri:**Bu hizmetler uçaklarda ve havalimanlarında sunulmaktadır. Yiyecek içecek makineleri ve servis personeli tarafından hizmetin sunulduğu restoranlar ve self servis restoranları şeklinde oldukça geniş bir yapıdadır. Uçaklarda sunulan yiyecek içecek hizmeti, uçuşun süresine ve türüne bağlı olarak farklılık göstermektedir. Kısa mesafeli uçuşlarda plastik tepsilerde plastik çatal-bıçak ile birlikte standart porsiyonlu yiyecekler servis edilirken, uzun mesafeli uçuşlarda yiyecek ve içecekler porselen tabaklar ve cam bardaklarla servis edilmektedir (Yılmaz, Yılmaz ve Yılmaz 2013: 54).Yiyecek-içecek işletmelerinin 20.yüzyılın ikinci yarısından sonra göstermiş olduğu yoğun gelişmeler, bu endüstriye mensup olan işletmelerin de değişim göstermelerini gerekli kılmıştır. Bu bağlamda, havayolu işletmelerinde yolculara sunulan yiyeceklerin kalitesinde ve çeşitliliğinde de güçlü bir rekabet söz konusu olmuştur. Bu yoğun rekabetin getirisi olarak, havayolu şirketleri gastronomi uzmanlarıyla çalışmakta ve aşçı transferi sirkülasyonlarını da arttırmaktadırlar (Koçak, 2006: 2).

**I) Kulüpler:** Spor kulüpleri, siyasi parti kulüpleri, işadamları kulüpleri gibi çeşitli amaçlar doğrultusunda bir aradabulunan kulüp üyelerine yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerdir. Bazen konaklama hizmeti de verebilmektedirler (Koçak, 2012: 10). Kulüplerde sunulan yeme

içme hizmeti amacına, türüne ve hitap ettiği kitleye ilişkin olarak farklılık gösterdiğinden, kulüplerde servis edilen yiyecek ve içecekler belirli kategoriler içerisinde değerlendirilememektedir (Yılmaz, Yılmaz ve Yılmaz, 2013: 55).

**i) Catering İşletmeleri:** Catering, özel etkinlikler için yiyecek içecek ürünlerinin sağlanmasıdır. Bu genellikle aynı anda çok sayıda insan için yapılmaktadır. İlgili sayıya ve etkinliğe bağlı olarak, konuklarının hepsinin ayarlanmış bir menüsü ya da sınırlı seçim yapabilecekleri menüler vardır. Etkinlikler, iş etkinlikleri ve sosyal etkinlikler olarak ikiye ayrılabilir. İş etkinlikleri; kongreler, iş toplantıları, resepsiyonlar, özel şirket kutlamaları ve ödül yemekleri gibidir. Sosyal etkinlikler ise, doğum günü partileri, yıldönümleri, evlilik törenleri, mezuniyetler, hayırseverlik etkinlikleri gibi sıralanabilir. Festival ya da fuar gibi özel etkinliklerde de catering hizmeti sunulabilmektedir. Tesis içi ve tesis dışı olmak üzere iki tür catering hizmeti vardır. Tesis içi catering hizmeti, ziyafet salonu ve mutfak gibi operasyon için gerekli ekipmanın catering işletmesinin kendi bünyesinde bulundurulması şeklindedir. Tesis içi catering, otel bünyesinde de konumlandırılmakta ve ziyafet bölümü olarak adlandırılmaktadır. Tesis dışı catering ise, hizmetin catering şirketinden uzakta bulunan yerlerde verilmesi şeklindedir. Tesis dışı catering iyi bir planlama ve lojistik gerektirir. Çünkü masa, sandalye, malzeme, ekipman ve yiyecek ve içeceklerin etkinliğin bulunduğu yere götürülmesi gerekmektedir. Bazen ise tüm mutfak alanlarının kurulmasını gerektirmektedir. Catering hizmeti heyecan verici gibi görünse de hava durumu, geç gelen misafirler, değişen etkinlik saatleri ya da son dakika değişiklikleri gibi nedenlerle oldukça stresli bir hizmet türüdür. Dolayısıyla, etkinliğin sorunsuz gerçekleşmesini sağlamak için tüm taraflar sürece dâhil edilmelidir (Chibili, 2017: 187).

#### **2.1.4.1.2. Ticari (Kar) Amacı Olmayan Yiyecek-İçecek İşletmeleri**

Ticari amaçlı yiyecek içecek işletmelerinin dışında kalan ve esas faaliyet amacının kar amaçlı yiyecek içecek hizmeti sunmak olmadığı kurum ve endüstriyel işletmeler bu kapsamda düşünülebilir (Yılmaz ve diğerleri, 2013: 55). Bu tür işletmelerin esas amaçları kar elde etmek olmayıp, bireylere uygun fiyatla yiyecek içecek hizmeti sunmaktır. Menüler, bireylerin beklentilerine yönelik olarak kar değil de bütçe ve hizmet esaslı olarak hazırlanmaktadır (Türksoy, 2002: 21). Ticari amacı olmayan yiyecek içecek işletmeleri aşağıda sırasıyla açıklanmaya çalışılmaktadır.

**a) Kurumsal Yiyecek-İçecek İşletmeleri:** Bu yiyecek içecek hizmeti, faaliyet amacı ve alanı açısından farklı olan kurumsal işletmelerde destekleyici olarak sunulmaktadır. Bazı kurumsal işletmelerde bireyler günlük yiyecek içecek ihtiyacının tamamını burada karşılarlar dolayısıyla



besinlerin seçilmesinden, hazırlanmasına, üretilmesine ve sunulmasına kadar hijyene gereken özen gösterilerek kişilerin sağlıklı beslenmesi gözetilmelidir. Bunun yanı sıra bu tür işletmelerde esas amaç kar elde etmek değildir ve menüler bireylerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak planlanmaktadır (Sökmen, 2011: 4).Kurumsal işletmeler; okullarda sunulan yiyecek içecek hizmetleri, hastanelerde sunulan yiyecek içecek hizmetleri, üniversitelerde sunulan yiyecek içecek hizmetleri ve askeri birliklerde sunulan yiyecek içecek hizmetleri olarak sınıflandırılmaktadır.

- **Okullarda Yeme-İçme Hizmetleri:** Okullarda öğle yemeği zamanı gibi belirli bir zaman aralığında yiyecek içecek hizmetine ihtiyaç duyan öğrencilerin sayıca fazla olması, kurumları merkezi mutfak kurarak hizmet sunmaya ya da özel yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerle yapılan sözleşmeler karşılığında yiyecek içecek hizmetinin alınmasına yöneltmektedir. Mutfak ve yemekhaneler öğrencilerin sınırlı öğle yemeği vakitleri içerisinde hızlı bir şekilde hizmet verebilecek nitelikte olmalı ve farklı yaş grubundaki öğrenciler dikkate alınarak tasarlanmalıdır. Bunun yanı sıra yemek listeleri oluşturulurken de öğrencilerin beslenme özellikleri ve yaş grupları kriterleri de dikkate alınmalıdır (Koçak, 2012: 11).
- **Hastanelerde Yeme-İçme Hizmetleri:** Hastanelerde sunulan yiyeceklerin besleyici ve lezzetli olması hastanın iyileşme süreci ve mutluluğu açısından oldukça önemlidir. Çünkü yiyeceklerden bulaşabilecek bazı hastalıklar hastanın tedavi süresinin uzamasına neden olacaktır. Öte yandan, yiyecek ve içecek hizmetinin sunulduğu hasta, personel ve diğer grupların yemeklerden hoşnut olmamaları yemek, enerji ve işgücü israfına neden olmaktadır. Dolayısıyla, hastanelerde sunulan yeme içme hizmetleri hususunda gereken hassasiyet ve titizliği göstermek bir zorunluluk haline gelmektedir (Aktaş, 2011: 14). Yine bu kurumlarda, doktor, personel, hasta ve refakatçi gibi farklı gruplara yiyecek içecek hizmeti sunulduğundan, bu farklı gruplara yönelik olarak kısmen ya da tamamen değişik menü ve servis çeşidi söz konusu olmaktadır (Koçak, 2012: 12). Hastanelerde, yiyecek ve içeceklerin satın alınmasından depolanmasına ve üretilip servis edilmesine kadar sağlık kurallarına maksimum şekilde dikkat edilmelidir (Yılmaz, 2012: 20).
- **Üniversitelerde Yeme-İçme Hizmetleri:** Üniversitelerde genel olarak öğrenci sayılarının çok olması sebebiyle hizmetin uygulanma şekli endüstriyel işletmelerle benzerlik göstermektedir. Menüler hazırlanırken üniversite öğrencilerinin yaşları ve enerji tüketimleri de göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca sunulan belirli öğünler dışında hafif yiyecek ve alkolsüz içeceklerin satıldığı kantin tarzı işletmelerle de öğrencilerin yeme içme ihtiyaçları karşılanabilir (Koçak, 2012: 13).

- **Askeri Birliklerde Yeme-İçme Hizmetleri:** Askeri birliklerde yiyecek içecek hizmetleri genel olarak iki grup altında toplanmaktadır. Askeri öğrenciler birinci grubu oluştururken, yetmiş subay, astsubay, erbaşlar ve erler de ikinci grubu oluşturmaktadır. Askeri öğrenciler için, onların yaşına ve faaliyetlerine uygun olarak günlük gerekli olan değerler belirlenmekte ve menüler bu doğrultuda oluşturulmaktadır. Askeri birliklerde, sayıca çok fazla, değişik yaş grubu ve statüdeki kişilere yeme içme hizmeti sunulduğundan hizmetin şekli diğer kurumlardan farklılaşmaktadır (Aktaş, 2001: 15-16).

**b) Endüstriyel Yiyecek-İçecek İşletmeleri:** Endüstriyel işletmelerde, hastane ya da okullardaki gibi bireylerin seçim yapması söz konusu değildir. Hizmet gereksinimin niteliğine bağlı olarak ayrı ayrı işletmeler tarafından ya da hizmetin tümü tek bir işletme tarafından yerine getirilebilir. Tüm bu hizmetlerin karşılığı olarak endüstriyel işletme, kişi başı bazında bir ödenek ayırıp yeme içme hizmetini farklı bir işletmeye devrederek ya da kendisi bizzat yerine getirebilmektedir (Türksoy, 2002: 21). Bu tür işletmelerde genelde self servis yaygın olsa da, üst yönetim için lüks ve servis personelinin masaya hizmet sunduğu alanlar da bulunabilmektedir. Bunların yanı sıra personelin mola saatlerinde yiyecek içecek ihtiyaçlarını karşılamak için kafeterya ve yiyecek içecek makineleri gibi hizmetler de sunulabilmektedir (Yılmaz ve diğerleri, 2013: 56-57).

#### 2.1.4.2. Büyüklüklerine Göre Yiyecek-İçecek İşletmeleri

Günümüzde artan yiyecek-içecek çeşitliliği sebebiyle her işletmenin faaliyeti masaya servis ile kısıtlı olmadığından bu sınıflandırma her işletme için söz konusu olamamaktadır. Bu nedenle daha çok müşteri sayısı dikkate alınarak, porsiyon üretim kapasitesi ya da sandalye devir hızına yönelik sınıflandırmalar söz konusu olmaktadır (Lee,aktaran Sarıışık, Çavuş ve Karamustafa, 2010: 15). Bu bağlamda, büyüklüklerine göre yiyecek içecek işletmeleri aşağıdaki gibi üç grupta değerlendirilmektedir (Pırnar, 2015: 4; Türksoy, 1997: 7);

**a) Küçük Ölçekli Yiyecek-İçecek İşletmeleri:**Masa sayısı 20'den az olan ve en fazla 50 kuveri olan işletmelerdir. Kuver, yemek esnasında kullanılan araç ve ekipmanların yemek masasına sırayla ve kullanışlı biçimde yerleştirilmesini ifade etmektedir.

**b) Orta Ölçekli Yiyecek İçecek-İşletmeleri:**Masa sayısı 20 ila 100 arasında, kuver sayısı ise 50-100 arasında olan işletmelerdir.

**c) Büyük Ölçekli Yiyecek İçecek İşletmeleri:**Masa sayısı 101 veya sandalye sayısı 400 adet ya da daha fazla olan işletmelerdir.

#### **2.1.4.3. Mülkiyetlerine Göre Yiyecek-İçecek İşletmeleri**

Mülkiyetlerine göre yiyecek içecek işletmeleri aşağıdaki gibi üç grupta değerlendirilmektedir (Yılmaz, Yılmaz ve Yılmaz, 2013: 49);

**a) Özel İşletmeler:**İşletme sermayesinin tamamının ya da büyük çoğunluğunun özel kişilere ait olduğu yiyecek-içecek işletmeleridir.

**b) Kamu İşletmeleri:**İşletme sermayesinin tamamının ya da çoğunluğunun kamuya ait olduğu yiyecek-içecek işletmeleridir.

**c) Karma İşletmeler:** İşletme sermayesinin yarısının özel kişilere ait olduğu, yarısının da kamuya ait olduğu yiyecek-içecek işletmeleridir.

#### **2.1.4.4. Yasal Açıdan Yiyecek-İçecek İşletmeleri**

Ülkemizde yiyecek içecek işletmeleri, konaklama işletmelerinde olduğu gibi, turizm işletme belgeli ve belediye belgeli yiyecek içecek işletmeleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Çetin, 2003: 9);

**a) Turizm İşletme Belgeli Yiyecek İçecek İşletmeleri:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 21.06.2005 tarihli ve 25852 sayılı resmi gazetede yayımladığı "Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik" doğrultusunda, nitelikleri Bakanlıkça belirlenen işletmelere gerekli şartları yerine getirdikleri takdirde işletme aşamasında Bakanlık tarafından turizm işletme belgesi verilmekte ve bu işletmelerin denetimleri de yine Bakanlık tarafından yürütülmektedir. Ülkemizde, yeme içme ve eğlence tesislerine ilişkin sınıflandırma, ilgili yönetmeliğin ikinci bölümündeki 26., 27., ve 28.maddelerde açıklanmaktadır. Bu bağlamda, yeme içme ve eğlence yerleri; lokantalar, kafeteryalar ve eğlence yerleri şeklinde tasnif edilmektedir.

- **Lokantalar:**Tabldot, alakart ya da özel yemekleriyle ve bu yemeklere uygun olarak uyguladıkları servis teknikleriyle müşterilerin yeme-içme gereksinimlerini karşılamaktadır.Lokantalar, birinci sınıf ve ikinci sınıf olarak sınıflandırılmaktadır.

Lokantaları sınıflandırmada, yönetmelikte belirlenen niteliklerin yanında işletmenin dekorasyonu, hizmet kalitesi, yemeklerin kalitesi ve sunum tarzları da etkilidir. Birinci sınıf lokantaların kapasitesi minimum 150 kişi, ikinci sınıf lokantaların kapasitesi minimum 50 kişiliktir. Salon kapasitesi müşterilerin rahatı göz önünde bulundurularak hizmet verilen alanların kişi başına 1,2 metrekareye bölünmesiyle bulunur (Sarışık, Çavuş ve Karamustafa, 2010: 32).

- **Kafeteryalar:**Hizmet ettikleri kitle genellikle genç yaştaki kişilerden oluştuğundan ambiyans ve müzik bu yönde geliştirilir. Servis hızlıdır ve müşteri sirkülasyonu yüksektir. Hafif ve ucuz fiyatlı yiyecek ve içecekler sunulur. Esas faaliyeti yiyecek içecek olmayan alış veriş merkezi gibi işletmelerin ek olarak kafeterya hizmeti sunmaları giderek popülerlik kazanmaktadır (Yılmaz, 2012: 15).
- **Eğlence Yerleri:**Eğlence yerleri,4 ve 5 yıldızlı otellerde, tatil köylerinde ve tatil merkezlerinde, müşterilerin öncelikle eğlence ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik faaliyet gösterirken bunun yanı sıra da yiyecek içecek hizmeti de sunabilen işletmeler olarak tanımlanmaktadır. En az 100 kişi kapasitesine sahip kişi başı minimum düzeyde 1,2 metrekare alan düşen ve turizm şehirleri kapsamında yer alan işletmeler gerekli asgari şartları yerine getirdiklerinde müstakilen eğlence yeri belgesine sahip olabilirler (Zengin ve Demirkol, 2015: 169).

**b) Belediye Belgeli Yiyecek-İçecek İşletmeleri:** Bu işletmeler, ilgili belediyelerin belirlemiş olduğu tasnif ve izinlere bağlı olarak açılabilir (Çetin, 2003: 9). Belediye belgeli yiyecek içecek işletmeleri, sıhhi müessese tanımlaması içerisinde bulunmaktadır. Sıhhi müessese; koku, gürültü, zararlı atık gibi etkilerle içerisinde bulunduğu çevreyi fiziksel, ruhsal ve sosyal açıdan tahrip etmeyen işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla bu işletmelerin açılması için insanın içerisinde bulunduğu çevreden uzakta olması şartı aranmaz. Bu işletmelerin niteliklerine ve sınıflamasına ilişkin özellikler, 09.03.1989 tarihli 20103 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik” ile belirtilmiştir (Sarışık, Çavuş ve Karamustafa, 2010: 33).

### 2.1.5. Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Dikkate Alınması Gereken Faktörler

Yiyecek içecek deneyimi, müşterinin yemek esnasında yaşadığı soyut ve somut olaylar bütünü olarak ifade edilmektedir. Bu deneyimin tam olarak nerede başladığını ve nerede bittiğini ifade etmek oldukça güçtür. Ancak, genelde müşterinin yeme içme hizmetinin sunulduğu işletmeye gelmesiyle başlayıp ayrılmasıyla bittiği düşünülmektedir. Dolayısıyla, müşterinin bu olay döngüsü içerisindeki duygu ve tutumlarının dikkate alınması oldukça önemlidir. Yiyecek içecek işletmeleri, sundukları somut ve soyut ürünleri ayrı parçalar halinde

değil bütünleşmiş bir bileşen halinde yansıtmalıdır. (Rızaoğlu ve Hançer, 2005: 50). Bu bağlamda yiyecek içecek işletmelerinin dikkate alması gereken faktörler aşağıda açıklanmaya çalışılmaktadır (Davis, Lockwood, Alcott ve Pantelidis, 2012: 30-35);

**a) Menü Seçiminde Çeşitlilik:**Bir işletme tarafından sunulan menü türü ve menü seçiminin çeşitliliği toplam yemek deneyimini geliştirici nitelikte olmalıdır. Pazarın alt seviyesinde bulunan bir restoranda, menü öğelerinin seçimi bir dizi nedenden dolayı oldukça sınırlıdır. Bunlardan ilki; fiyattır. Bir işletmenin maliyet sınırları dâhilinde sunulabilecek menü öğelerinin fiyat aralığı, müşterinin ortalama satın alma gücünün daha yüksek olduğu işletmelerden açıkça daha sınırlı olmaktadır. İkinci neden ise, pazarın bu seviyesinde yemek tüketimi için harcanan zamanın yarım ya da bir saat aralığında olmasıdır. Bu süreler nadiren aşılabilmektedir. Bu sürenin sınırlı oluşuna paralel olarak, menü seçimlerini incelemek için de kısıtlı zaman harcanabilmektedir. Üçüncü neden ise, pazarın bu dilimine ilişkin müşteri portföyünün genellikle çok geniş menü seçimi içinden sınırlı bir menü seçmekten dolayı rahatsızlık duyabilecekleridir (Koçak, 2012: 15). Bu nedenle, daha sınırlı ancak çeşitli menüler tercih edilmelidir. Buna karşılık, kişi başı tüketim gücünün 50 Euro'nun üzerinde olabileceği lüks restoranlarda menü seçimleri çok daha fazla olabilmektedir. Lüks bir yemek deneyimini teşvik eden bu işletmelerde, müşterilerin yemek için harcadıkları minimum süre bir-bir buçuk saattir. Bazen bu süre, grubun büyüklüğüne ve uygun zamana göre üç saati bulabilmektedir. Dolayısıyla, menüyü okumak ve menüden seçim yapmak için ayrılan süre zarfı daha fazla olmaktadır. Bu işletmelerin hitap ettiği müşteri kitlesi sadece geniş bir menü seçimi değil işletmeye özgü şefin spesiyallerinin de sunulmasını da arzu etmektedirler. Sonuç olarak bir restoran tarafından sunulan menü seçimi; müşterinin ödemeye hazır olduğu fiyat, yemek deneyimi için mevcut süre ve sıkça hitap edilen müşteri seviyesi gibi faktörlere bağlı olmaktadır. Menü seçimini etkileyen diğer hususlar ise; mevcut üretim ve servis imkânları, personelin becerisi, malzemelerin kalitesi ve menünün potansiyel karlılığı şeklinde sıralanabilmektedir (Davis, Lockwood, Alcott ve Pantelidis, 2012: 30).

**b) Servis Düzeyi:**Servis, bir ihtiyacın giderilmesine yönelik gerçekleştirilen faaliyetlerin tümünü ifade etmektedir. Yiyecek içecek servisi ise, müşterilerin arzu ettiği yiyecek ve içecekleri belirli kurallar doğrultusunda müşterilere sunmak şeklinde açıklanmaktadır. Sunulan bu servis, müşterilerin sosyal ve psikolojik yapılarına göre yerine getirilmelidir. Bir yiyecek içecek işletmesine, milliyetleri, kültürleri, örf ve adetleri farklı birçok insan gelebilmektedir. Bu bağlamda, servis personelleri bu farklı özelliğe sahip insanların beğenebileceği yiyecek ve içecekleri yine onları memnun edecek şekilde sunmalıdır. Öte yandan, servis yöntemleri geçmişten günümüze gelişmiş ve son halini almıştır. Servisin düzeyi işletme başarısını etkileyen

en önemli unsurlardandır. Sunulan mükemmel bir servis, yemeklerin kötü olduğunu müşterilere unutturmayabilir. Ancak, kaliteli olmayan bir servis iyi hazırlanmış yiyecek ve içeceklerin bırakacağı olumlu etkileri ortadan kaldırarak müşterilerin işletmeden olumsuz düşüncelerle ayrılmasına neden olabilir (Sökmen, 2011: 99-100).

**c) Paranın Değeri:**Paranın değeri kavramı, pazar içerisindeki bir endüstriden diğerine hatta bir müşteriden diğerine kadar farklılık gösterebilmektedir. Pazarın alt segmentinde bir müşteri,aldığı hizmet karşılığında ne kadar ödeyeceğini tahmin edebilir. Ancak, pazarın diğer segmentinde menüdeki her bir kalem ayrı fiyatlandırılmaktadır. Çünkü işletmelerde sunulan yiyecek ve içeceklerin ve servisin kalitesi yemeğin maliyetinden daha önemlidir (Koçak, 2012: 15). Bir yiyecek içecek işletmesini tercih eden müşteriler, ödedikleri paranın karşılığını almayı arzulamaktadır. Müşteriler, hem yiyecek ve içecek hem de gördüğü hizmet bağlamında ödediği paranın karşılığını aldığına inandığı işletmeleri tercih etmektedir (Doğdubay ve Saatçı, 2017: 157).

**d) İç Tasarım:**Yiyecek içecek işletmelerinde, keyifli ve huzurlu bir yemek deneyimi sunmak ve müşterilerin ortalama harcamalarını arttırmak amacıyla müşteri beklentilerine uygun iç tasarımlar gerçekleştirmek gerekli olmaktadır. Dolayısıyla, iç tasarım işletme henüz başlangıç aşamasındayken bile iyice düşünülerek, müşteri ihtiyaç ve beklentilerine uygun şekilde planlanmalıdır. İç tasarımlar, güzel görümlü, geniş, aydınlık ve ferah olmalıdır. Giriş kapıları dikkat uyandıracak biçimde geniş ve dekoratif olmalıdır. Tabanlar, işletmenin ait olduğu sınıfa uygun şekilde kaplanmalı ve duvarlar güzel tablolarla, mozaiklerle ya da işletmenin bulunduğu ülkenin veya yörenin karakteristik özelliklerini yansıtacak figürlerle zenginleştirilmelidir (Sarıışık, Çavuş ve Karamustafa, 2010: 88).

**e) Atmosfer ve Hava:**Bir restoranın atmosferi veya havası; operasyonun tanımlanması zor bir yönü olmasına rağmen, çoğu zaman bir restoran içerisindeki soyut "his"olarak ifade edilmektedir. Tüm restoranlar belli bir atmosfere sahip değildir, bazı restoranlar kasıtlı olarak bir atmosfer yaratmaya çalışırlar. Örneğin, personelin kıyafeti ve tutumu, restoranın dekoru, müşteri tipi, müşteriye eşlik gibi unsurlarla bazı lüks restoranlar resmi bir atmosfer yaratmaya çalışmaktadır. Öte yandan, pizza restoranları, makarna restoranları ve publar gibi işletmeler daha cana yakın görünmek için resmi olmayan rahat bir ortam yaratmaya çalışmaktadır. Bir restoranın atmosferi, restoranın dekoru ve iç tasarımı, masa ve oturma düzenleri, servis eşlikçileri, personelin kıyafetleri ve tavırları, hizmet temposu, yaş, kıyafet ve diğer müşterilerin kıyafetleri, ses seviyeleri, çalınan müzik, ortamın sıcaklığı, genel temizliği ve personelin

profesyonelliği gibi operasyonun birçok farklı yönünden etkilenmektedir (Davis ve diğerleri, 2012: 32-33).

**f) Müşteri Beklentileri:**Müşterilerin yeme içme hizmeti sunan işletmelerden beklentileri farklı olabilmektedir. Örneğin, bir müşteri nezih havası için bir işletmeyi tercih ederken, bir başka müşteri orada görülmek istediği için o işletmeye gidebilmektedir. Bir restoranda, müşteriye sunulan hizmet, müşteri beklentisini karşılayacak nitelikteyse müşteri memnun olacak ve yemeğini zevkle yiyecektir. Aksi durumda ise müşteri rahatsızlık duyacaktır. Dolayısıyla, işletmeler müşteri ihtiyaç ve beklentilerini iyi analiz etmelidirler (Koçak, 2012: 17). Öte yandan, yiyecek ve içecekler turistin gününü şekillendirmektedir. Turistik deneyimin büyük bir kısmı, hangi yiyecek ve içeceğin tüketileceğine ya da nerede tüketileceğine karar vermek için harcanmaktadır. Bunun nedeni ise yemek yemenin çoğu zaman bir boş zaman aktivitesinden daha çok bir zorunluluk olarak görülmesidir. Bu nedenle, yiyecek içecek işletmelerinin, geliştirilmesi ve pazarlanması hususlarında dikkate alınması gereken en kritik unsurlardan biri de, müşteriler için yemek yeme deneyimini unutulmaz kılmak ve söz konusu deneyime değer katmanın yollarını bulmaktır (Hjalager ve Richards, 2003: 11).

**g) İşletmenin Yeri ve Ulaşılabilirliği:**Bu unsur, restoranlar açısından oldukça önemli bir bölümdür. Çünkü restoranın konumu, işletmenin olanaklarını ve sınırlılıklarını tayin etmektedir. Konum, işletmeye yaklaşık olarak kaç müşterinin geleceğini ve yine müşterilerin hangi zamanlarda gelmelerinin muhtemel olduğunu belirlemektedir. Örneğin, işletme çalışan nüfusunun yoğun olduğu bir bölgede konumlandırılmışsa, 10:00 - 18:00 saatleri arasında faaliyet gösteren bir kahve dükkanı açmak rasyonel olmayabilmektedir. Bununla birlikte, demografi, ortalama gelir düzeyleri, rahatlık, park, otopark, görünürlük ve erişilebilirlik de diğer önemli konumsal faktörlerdir (Chibili, 2017: 191).

**ğ) Personel:**Personel, bir yiyecek içecek işletmesinde yemek olayını tamamlayıcı niteliktedir. Bu katkıyı, müşteriye karşı tutumları servisin hızı ve kalitesi gibi çeşitli yollarla sağlamaktadırlar. Bir restorandaki personel sayısı, hizmetin düzeyiyle ilişkili olmaktadır. Self servis tarzındaki işletmelerde 20-40 müşteri için bir çalışan bulunmaktayken, lüks restoranlarda 8 müşteri için bir çalışan bulunmaktadır. Bununla birlikte, personel kıyafetlerinin işletmenin hizmet düzeyine ilişkin uygunluğu, personelin yeteneği, temiz görünmesi, yaşı ve cinsiyeti de önemli faktörler arasında yer almaktadır (Koçak, 2012: 17).

### 2.1.6. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Yönetimsel ve Finansal Sorunları

Yiyecek içecek endüstrisinin giderek önem kazanması nedeniyle bu endüstri içerisinde yer alan işletmelerin yönetilmesi, finansal olarak performansının artırılması ve işletme faaliyetlerinin sürekliliği konusunda oldukça çeşitli sorunlarla karşılaşabilmektedir. Yiyecek içecek işletmelerinde yönetimsel, finansal ve diğer bazı hususlarda yaşanan sorunları ve dikkate alınması gereken unsurları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Çalışkan, 2013: 79; Doğdubay, 2006: 104; Doğdubay ve Sarioğlan, 2010:1-16; Çakıcı, Uzpak ve Kaynak, 2016: 40-41; www.kahnlitwin.com;www.smallbusiness.chron.com;www.restaurantengine.com;www.entrepreneur.com;www.business.com;www.bluecart.com; www.boostcapital.co.uk; www.businessfundas.com;www.r-innovations.com ;www.infotekas.com.tr;www.focusprofesyonel.com);

**a)Pazar Eğilimlerini Takip Etmede Yaşanan Sorunlar:** Genel olarak yiyecek içecek işletmelerinin faaliyet gösterdikleri endüstride yaşanan eğilimleri takip etmede zaman zaman sorunlar yaşadığı görülmektedir. Potansiyel bir işyeri sahibi, bir işletme açmaya karar vermeden önce bu pazara aşina olmalıdır. Ayrıca rakiplerin bir adım ötesine geçebilmek açısından mevcut eğilimler ve geleceğe dair planlanan eğilimlerin periyodik olarak araştırılması oldukça önemli bir husustur. Piyasadaki benzer işletmelerin yatırım çabalarının geniş kapsamlı bir analizini yapmak da gelir tahmini açısından izlenmesi gereken önemli bir yoldur.

**b)Yeterli Sermayeye Sahip Olamamak:**Yiyecek içecek işletmeleri açısındanbir diğer problem de sermayeyi karşılama hususudur. Özellikle de eksik sermaye büyük bir sorundur. Bir yiyecek içecek işletmesi açma fikri düşük maliyetli bir yatırım değildir ve maliyetler işletme bütçesine uygun hale getirilse bile, yatırımın karşılığını almak kısa bir süreçte gerçekleşmeyebilmektedir. Eğer bir işletmeyi uzun süre ayakta tutabilecek bir sermayeye sahip değilseniz, bu sorunişletmenin uzun ömürlülüğü üzerinde negatif bir etki oluşturmaktadır. İşletme sahipleri ilk yıl işletme faaliyetlerini yürütmeye yetecek en asgari düzeyde paraya ve beklenmedik fiyat artışlarının üstesinden gelebilecek kadar yeterli kaynağa sahip olmalıdırlar.

**c) Maliyetleri Kontrol Altında Tutma Konusunda Yaşanan Sorunlar:** İşletmeler için, rekabet gücü sağlamak ve karlılığı arttırmak, yapılan tüm faaliyetlerin esas amacını oluşturduğundan, maliyetler büyük önem arz etmektedir. İşletmelerin çoğu daha yatırım aşamasında maliyeti azaltıcı faaliyetlerde bulunmakta ve buna ilişkin teknikler uygulamaktadır. Yiyecek içecek işletmeleri açısından menü oldukça önemlidir. Çünkü söz konusu işletmelerdeki maliyetleri belirleyici en önemli faktörlerden biridir. Üretim aşamasının planlanması, standart reçetelerin oluşturulmasıyla, alınacak malzemelerin standart hale getirilmesi gibi yöntemler



uygulanmalıdır. Bununla birlikte, üretim planlaması ve kontrol sistemleri hususlarına dikkat edilmelidir çünkü söz konusu uygulamalar organizasyon boşluklarını azaltma konusunda yardımcı olacaktır. Organizasyon boşluğu bulunan işletmelerde stok fazlası, atıl kaynaklar, yüksek iş gücü maliyeti gibi olumsuzluklar meydana gelebilmektedir. Organizasyon boşluklarının azaltılmasıyla, stok devir hızı artacak, maliyetler düşecek ve işgücü verimliliği artacaktır. Bu süreçte restoran sahipleri, yönetim giderleri üzerinde güçlü bir odaklanma sağlamalıdır.

**d) Stok Yönetimi ve Menü Planlamada Yaşanan Sorunlar:** Yiyecek içecek işletmelerinde, maliyet kontrolünün kritik bir bileşeni de etkili stok yönetimidir. Bu konuda başarısız olanlar, yoğun iş dönemleri süresince beklenmedik harcamalarla ve eksiklik ya da fazlalıkları tedarik konularıyla yüz yüze kalabilmektedirler. Stok ve menü planlamadan sorumlu bireyler israfı kısıtlamanın yanında, sipariş sürecini ve sürekli dalgalanan maliyetleri de gözlemlemek için menü kalemlerine etki eden brüt karı etkin bir şekilde yönetebilmelidirler. Bu süreçte ne kadar bileşenin maliyete etki ettiğini bilmek de oldukça önemlidir. Menü fiyatlandırma mümkün olduğu kadar akıcı (değişken) olmalıdır. Menü fiyatlarında yapılan sık ve küçük artışlarla müşterilere satış yapmak, seyrek amadaha büyük ve daha göze çarpan bir şekilde yapılan artışlardan daha kolay olmaktadır.

**e) Daimi ve Mevsimlik Personel İşe Almada Yaşanan Sorunlar:** Başarılı restoran sahipleri doğru personele sahip olmanın oldukça önemli olduğunu farkındadırlar. Bir organizasyon tüm sezon boyunca iyi bir takımın varlığından emin olmalıdır. Özellikle de yaz sezonu gibi müşteri hacminin artış gösterdiği yılın belli zamanlarında, konunun önemi daha da artmaktadır. Bu bağlamda personel bulmak ve staj süreleri üzerine daha fazla yoğunlaşmak fazla mesai maliyetlerini azaltabilir ve müşteri hizmetlerinin kalitesini arttırabilir. Bu iki husus işletme sahipleri için oldukça önemli önceliklerdir. Ayrıca restoran işletmecileri, yabancı uyruklupersoneli işe alırken söz konusu personellerin yasayla ilgili kuralları bildiklerinden emin olmalıdırlar.

**f) Firelerle İlgili Sorunlar:** Yiyecek içecek işletmelerinde yiyecek ve içeceklerin satın alınması, hazırlanması ve sunumu sürecinde fireler önemli bir sorun haline gelmektedir. Bu açıdan öncelikle, uygun personelin işe alınması ve bu personelin eğitimleri hususunun fireleri asgari bir düzeye getirme açısından önemli olduğu akıldan çıkarılmamalıdır. Bununla beraber geri gelmek isteyen ve bağlı bulunan personeli koruyacak olan kurum kültürünü sürdürmek önemli bir kilit noktasıdır. Bir restoranın amaçlarını yerine getirmek için personellerin istekli ve motive

edilmiş olarak kalmaları, yöntemlerin, kılavuzların ve prosedürlerin net bir şekilde personele anlatılmış olması son derece önemlidir.

**g) Asgari Ücret Yasalarını Kavrama:** Ücretler, eğitilmiş ve bilgili personeli elde tutmak için oldukça önemlidir. Devletten devlete farklılık gösteren asgari ücrete dair yasal ilkeleri idrak etmek personelin adil bir gelir almasını sağlamak adına önemli bir husustur. Bununla beraber personelin ücretlendirilmesi ve özlük haklarıyla ilgili olarak yasaların bilinmesi de yaşanabilecek sorunların oluşmaması için son derece önemlidir.

**ğ) Ağır Rekabet Koşulları:** Yiyecek içecek işletmeleri nüfus yoğunluğunun fazla olduğu bölgelerde ya da büyük şehirlerde yoğun olarak yer aldığından özellikle küçük ve bağımsız işletmeler açısından ağır rekabet söz konusu olabilmektedir. Bu açıdan yiyecek içecek işletmeleri, pazar payını belirlemeli ve etkin pazarlama teknikleriyle mevcut müşterilerinin yanı sıra yeni müşteriler açısından da işletmeyi çekici hale getirmelidirler. Tanınmış restoran zincirlerinde, müşteri tabanlarını geliştirmek oldukça kolay hale gelirken, bağımsız restoranlar kendi müşteri tabanlarını geliştirmek ve daha çok çaba sarf etmek durumunda kalmaktadırlar.

**h) Teknolojiyi Takip Etmede Yaşanan Sorunlar:** Teknoloji, her ne kadar hayatımızı kolaylaştıracak yenilikler getirirse de restoranlar için yeni zorluklar da yaratabilmektedir. Günümüzde müşteriler, akıllı cep telefonları aracılığıyla rezervasyon yapabilmekte ve yedikleri yemeklerin faturasını ödeyebilmektedirler. Dolayısıyla restoranlar, sürekli olarak müşterilerin yemek deneyimlerini iyileştiren teknolojiye yönelik artan taleplerini karşılamak zorunda kalmaktadır. Öte yandan, yenilikçi restoran sahipleri kendilerini sürekli teknolojiyle geliştirmektedirler. Mevcut POS sistemleriyle uyumlu yazılım programları mevcut bulunmaktadır. Bu yazılımlarla müşteri eğilimleri ve nüfus istatistikleri izlenebilmektedir. Bu tür programlarla izlenen veriler işyeri sahiplerine, müşterilerin nelerden hoşlanıp ya da hoşlanmadığı gibi hususlarda önemli bilgiler sunabilmektedir. Bu da işletmelere rekabet avantajı sağlama, daha fazla müşteriye ulaşabilme ve dolayısıyla satışları ve karlılığı artırma hususlarında faydalar sağlamaktadır. Yeni teknolojiler işletme verimliliğini arttırdığı kadar müşterilere daha iyi bir hizmet deneyimi sunmak için de yardımcı olabilmektedir.

**ı) Marka Yaratmada Yaşanan Sorunlar:** Günümüzde markalaşma bir işletmenin yapı taşlarından biridir. Marka, işletmenizi diğer işletmelerden ayrı kılan özelliklerin neler olduğunu iletebilmelidir. Çoğu zaman, yeni açılmış yiyecek içecek işletmeleri bir kimlik geliştirme konusunda hatalar yapmakta ve daha sonra belirli bir hizmet ve mutfak tarzında kalmaya ve odaklanmaya devam edememektedirler. Bu bağlamda restoran işletmecileri bir restoran teması

geliştirebilir bu sayede müşteriler açısından cazibeli hale gelebilir ve ün kazanabilir. Bir hedef pazar kurmak ve müşteri çekecek menü ve atmosferi yaratmak işletmenin elindedir. Bir markaya ya da itibara sahip olduktan sonra bunu sürdürmek de oldukça güçtür. Dolayısıyla, müşterilerin beledikleri deneyimi her zaman aldıklarından emin olunmalıdır. Tutarlılık, sürekli ve bağlı müşteri kurmanın en önemli anahtarı sayılmaktadır. Düzenli müşterileri korumak, yeni gelecek müşterilere de cazip gelecek sağlam bir itibarın oluşturulmasında kritik bir faktör olarak vurgulanmaktadır.

**i) Vergisel Sorunlar:** Vergi oranlarındaki azalışlar işletme karlılığını arttırıcı etki yaparken mali kar üzerinden ödenen vergiler, işletmelerin üretim maliyetlerini arttırmakta ve işletme karlılığının düşmesine neden olabilmektedir. Bu bağlamda, mali karın artmasına neden olan faktörlerin mümkün olduğu kadarıyla azaltılması gerekmektedir. Öte yandan, işletme sahipleri ya da yöneticileri vergi danışmanlarına kanunlarda belirli vergi ayrıcalıklarının olup olmadığını danışmalı ve mümkün olan vergi avantajlarından yararlanmak suretiyle işletme karlılıklarını arttırmalıdır.

**j) Hizmet hatalarına ilişkin sorunlar:** Restoran işletmesinin en temel ve önemli amaçlarından biri de müşteriyi memnun edecek bir yemek deneyimi sunmaktır. Restoranların müşterilerine sundukları hizmet yalnızca bir fizyolojik gereksinimi karşılamanın ötesinde sosyal, ekonomik ve psikolojik açıdan da değer taşımaktadır. Müşteriler tercih ettikleri restoranda, yardımsever bir servis personeli, temiz bir ortam ve temiz tuvaletler beklemektedir. Kötü bir yemek deneyimi yaşayan ya da tuvaletlerin yeterince temiz olmadığını düşünen müşteriler söz konusu restorani bir daha tercih etmeyecektir. Müşterilerin işletmede yaşadıkları kötü yemek deneyimleri, yalnızca müşterinin kaybedilmesine değil, müşterilerin çevrelerine işletmede yaşadıkları kötü deneyim hakkında olumsuz yorumlarda bulunmalarına da sebep olmaktadır. Bu bağlamda, işletme potansiyel müşteri kitlesini de yitirebilmektedir. Çünkü kötü yemek deneyimleri, iyi yemek deneyimlerine kıyasla daha fazla dile getirilmektedir. Bu durum uzun vadede müşteri kaybına ve hatta işletmenin iflasına dahi neden olabilecektir.

**k) Ortaklı işletmelerle ilgili sorunlar:** Restoran, eğer bir ortakla birlikte kurulduysa ve söz konusu ortaklar arasında arkadaşlık, akrabalık, yada eş olma durumları söz konusu ise çeşitli problemlerle karşılaşılabilir. Bunun en büyük nedenlerinden biri ise mali riskin paylaşılmasının yoğun strese yol açabilmesidir. Ortaklar karşılaşılan sorunları objektif bir şekilde analiz etmeli ve mantıksal çerçevede ortak bir sonuca varmalıdırlar. İyi bir ortaklık için, her bir ortak açısından görev ve sorumluluklar net bir şekilde tanımlanmalı ve belirlenmelidir. Görev dağılımı sermaye payları dikkate alınmadan yapılmalıdır. Her bir ortağın restoran

işletmesine sağladığı katkılar net olarak ortaya konmalıdır. Aksi takdirde, yaşanan belirsizlik durumları ve fikir ayrılıkları işletmenin varlığının sonlanmasına neden olabilmektedir.

**l) Anlık talep sorunları:** İşletmeler yeni yüzyılın getirisi olan işletme yazılımlarını benimsemiş olsalar da birçok işletme bu teknolojilere hala entegre olamamıştır. Dolayısıyla rezervasyon yaptırmadan gelen müşteri yoğunluğuna yönelik verileri kayıt altına alamayan işletmeler anlık olarak gerçekleşen artışlar karşısında sorunlar yaşamaktadırlar. Günlük, haftalık, aylık ve yıllık olarak rezervasyonlu ya da rezervasyonsuz olarak işletmeyi tercih eden müşterilere ilişkin sayısal veriler kayıt altında tutulabilirse, bu veriler yardımıyla hangi zamanlarda rezervasyonsuz olarak gelen müşteri yoğunluğunda bir artış gerçekleşeceği öngörülebilir. Anlık talep artışları tedarik sorununun yanında, üretim sorunlarına da neden olabilmektedir. Çünkümenüdeki her kalemin kendine has bir pişirme tekniği ve süresi olduğu göz önünde bulundurulduğunda, anlık talep artışlarında standart yemek kalitesini yakalamak da güçleşmektedir. Bu bağlamda, müşterilere ilişkin bir veri tabanı oluşturmak büyük önem arz etmektedir.

**m) Malzeme tedarik sorunları:** Restoranlar, siparişlere dayalı olarak esnek bir üretim gerçekleştirdiklerinden gerekli malzemelerin tedarik edilmesi noktasında fiyat ve miktar konularında sıkıntıya düşebilmektedirler. Gereksinim duyulan malzemelerin istenilen zaman ve miktarda temin edilmesinde özellikle işletmenin konumlandırıldığı yerde üretilmediği zaman daha güç durumlarla karşılaşabilmektedir. Malzemelerin zamanında temin edilememesi, menüler yoluyla taahhüt edilen bir yemeğin müşteriye sunulmasına engel olmaktadır. Bu durum da işletmenin gereksinim duyulan malzemelere yüksek fiyatlar ödemesiyle ya da malzeme standardına yönelik toleranslarını geniş tutmasıyla aşılabilmektedir. Söz konusu durum, maliyetlerin artmasının yanında restoranın mevcut kalitesinden de uzaklaşmasına da neden olabilmektedir.

Yukarıda bahsedilen sorunların çoğunun yada bir kısmının iyi bir planlama ve organizasyonla, iyi bir yönetici ve yönetimle çözüme ulaştırılabileceği de unutulmamalıdır. Söz konusu sorunlara ilişkin bazı çözüm önerileri aşağıda sunulmaktadır (Çalışkan, 2013: 79; <https://www.protel.com.tr>; <https://www.waiterio.com.tr>);

- İyi bir restoran yöneticisi restorana ilişkin pazarlamayı iyi bir şekilde yönetebilmelidir. Geleneksel reklam yöntemleri hala bazı restoran işletmeleri için etkili bir pazarlama yöntemi olsa da eskisi kadar iyi bir etki sağlayamamaktadır. Gerçekleşen değişimler restoran işletmelerini, sosyal medya pazarlaması ve GPS promosyonları gibi alanlara girmelerini mecbur kılmaktadır. Geliştirilen uygulamalar sonucunda, müşteriler

menülere, işletme lokasyonlarına ve çalışma saatlerine ilişkin bilgileri akıllı telefonlardan edinir hale gelmiştir. Dolayısıyla, daha geniş bir pazara ulaşmak ve işletme başarısını arttırmak isteyen yöneticiler çok çeşitli reklam stratejilerine başvurmalıdırlar.

- Etkin bir yönetim, personelin de etkin bir şekilde yönetilmesiyle yakından ilişkilidir. Ekip içerisinde iş bölümü oluşturmak, eğitim programları geliştirmek, belirli zaman aralıklarıyla çapraz eğitimlerle personel arasında rotasyon yapmak; en iyi çalışanların işten ayrılması gibi zor durumlarda kalınması halinde işletme işleyişinin zarar görmeden öteki çalışanların bu durumu telafi etmesine olanak sağlayabilir.
- Yönetim yazılımlarından (CRM ve ERP gibi) yararlanmak da teknik yönetim açısından avantajlar sağlamaktadır. Söz konusu uygulamalarla stoklar yönetilebilir, tedarik ücretleri takip edilebilir, bordrolar işlenebilir, nakit akımları izlenebilir, sürekli müşteriler izlenebilir ve en çok tercih edilen yiyecek ve içeceklerin takibi sağlanabilir. Bunun yanında, söz konusu yazılımlar menü kalemlerinden herhangi biri daha az sipariş edilir ya da daha az kar getirir hale geldiğinde uyarı verebilmektedir.
- Personel kaynaklı sorunları çözmek için de birtakım kontroller bulunmaktadır. Çalışma saati başına ortalama satış ile personelin işletme verimliliğine sağladığı katkı tespit edilebilir. Bulut tabanlı restoran yönetim sistemleriyle her personele ait saat bazında satış verileri kolaylıkla elde edilebilir. Masa başına ortalama satış ile bir servis personeline ait olan masalardan sağlanan gelirin masa sayısına oranlanması ile personelin ortalama satışa sağladığı katkıya ve performanslarına yönelik geniş ve anlaşılabilir verilere ulaşılabilir. Pos sistemleriyle entegre çalışan bulut tabanlı restoran işletmelerinde, masa düzenine ve her bir masanın günlük yada saatlik ortalama satış verilerine yönelik bilgiler elde edilebilir. Up-selling (yukarı satış) ile menüde bulunan kalemlerle ilgili detaylı bilgiye sahip olan personeller o an işletmede bulunmayan bir ürünün ikamesini önerebilecek ve müşteriyi ikna edebilecektir. Personellere sağlanan teknolojik aksamalardan, menünün detaylarına ve ürünün mevcut olup olmadığı bilgisine ulaşılabilir. Böylelikle yukarı satış sağlanabilecektir. Üretim maliyeti hesaplaması ile personellerin yanlış aldıkları ya da kaydetmedikleri siparişler ve servis personelinde kaynaklanan üretim maliyeti artışı kontrol altına alınabilmekte ve masraflar kayda değer ölçüde azaltılabilmektedir. Bu durum da, günlük üretim maliyetlerinin hesaplanarak hangi çalışma saatleri içerisinde hangi menü kaleminde daha fazla israfın gerçekleştiğinin belirlenmesiyle mümkün olmaktadır.
- İşletme yönetimi müşteri memnuniyetini sağlamak açısından, uygun hizmet telafisi stratejisini uygulayarak müşterinin restorana yeniden gelmesini ve müşterinin kazanılmasını sağlayabilir. Bununla birlikte, söz konusu hizmet hatalarını telafi etme konusunda personellere eğitimler verilebilir. Bu eğitimlerde, hizmet konusunda

karşılaşılan hatalara yönelik en uygun telafi stratejileri geliştirilebilir, müşteri memnuniyeti, iyi bir iletişim, müşteri ilişkilerinin yönetilmesi gibi hususlar işlenebilir. Öte yandan, hizmet hatalarının telafisi konusunda ve işletmenin gelişimi konusunda müşterilerden geri bildirimler alınması da oldukça önemlidir. Oluşturulacak anketlerle, dilek ve şikâyet formlarıyla, sosyal medyadaki iletişim kanallarıyla hizmet konusunda yaşanan hatalar belirlenerek etkili çözüm yolları geliştirilebilir.

## **2.2. Finansal Analiz**

Bu bölümde işletmelerin, finansal verileri yardımıyla etkinliklerini, başarılı olup olmadıklarını ve faaliyetlerini değerlendirmek amacıyla uygulanan finansal analiz kavramı açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda öncelikle finansal analiz kavramının ne olduğu açıklanmakta sonrasında finansal analizin önemine, finansal analiz türlerine ve finansal analiz tekniklerine değinilmektedir.

### **2.2.1. Finansal Analiz Kavramı ve Önemi**

Finansal analiz kavramının finans teorisinde farklı tanımlamalarının olduğu görülmektedir. Bir tanıma göre finansal analiz, işletmenin iç ve dış kaynaklarından elde ettiği ya da elde etmeyi düşündüğü fonları kullanım alanlarına yönelik olarak değerlendirmede bulunmak ve geleceğe yönelik finansal hedefleri belirlemek için mevcut durumun belirlenmesi olarak tanımlanabilmektedir (Usta, 2011: 103). Bir başka tanıma göre ise finansal analiz, finansal tablolardaki veriler üzerinde finansal analiz tekniklerinin uygulanarak analiz sonuçlarının elde edilmesi ve bu sonuçların yorumlanarak işletmeye ilişkin finansal durum ve faaliyet sonuçları hakkında tahminlerde bulunmaktır (Göçer, 2015: 142). Başka bir tanıma göre finansal analiz, bir işletmenin finansal durumunun, faaliyet sonuçlarının değerlendirilmesi amacıyla finansal tablo kalemleri arasındaki ilişkilerin kurulması ve ölçülerek yorumlanması faaliyetidir (Aydın, Başar ve Coşkun, 2010: 93-94). Karapınar ve Ayıkoğlu Zaif'e göre finansal analiz, yatırım ve kredi kullanmak ve/veya kullanılmak gibi işletmeye ilişkin kararların yanı sıra işletmenin hedeflerine ve verimlilik düzeylerine ilişkin olarak yapılan bir dizi analiz sürecidir (Karapınar ve Ayıkoğlu Zaif, 2013: 59).

Finansal analizin amacı, bir işletmenin faaliyetleri doğrultusunda oluşan finansal tablolarının incelenmesi ve değerlendirilmesidir (Berk, 2003: 33). Finansal tablolar analizi gerçekleştirilirken, işletme ilgisinin amacına yönelik olarak bir ya da birden fazla döneme ait finansal tablolar ve bu tablolara ilişkin veriler incelenerek, söz konusu tablolarda bulunan verilerin zamanlasergilemiş oldukları eğilimler saptanmaya çalışılmaktadır. Bu işlemlerin

akabinde, elde edilen bulguların ne anlama geldiği açıklanmaya ve yorumlanmaya çalışılmaktadır. Ancak bu değerlendirme yapılırken, işletmenin genel yapısı, içinde bulunduğu şartlar ve ekonomik koşullar da dikkate alınmalı ve geleceğe ilişkin tahminlerde bulunulmalıdır (Akdoğan ve Tenker, 2001:515).İşletmelerin finansal tablolarında yer alan kalemlerin birbiriyle olan ilişkileri ve buna yönelik olarak gerçekleşen eğilimler değerlendirilirken, aynı iş alanındaki benzer işletmeler arasında karşılaştırmalar yapmak gerekli olabilmektedir. Dolayısıyla, işletmenin faaliyet gösterdiği endüstri koluna yönelik finansal özellikler ve benzer işletmelere yönelik finansal performansların da göz önünde bulundurulması analizin bir parçasını meydana getirmektedir (Akgüç, 2011: 1).

Finansal analiz sonucunda elde edilen bilgiler, işletme yönetimi tarafından alınan kararların temelini oluşturmasının yanı sıra sağlıklı bir planlama açısından da önemlidir. İşletmenin mali yapısı ve faaliyet sonuçları açısından değerlendirme yapılmadan, sağlıklı ve tutarlı bir planlama mümkün olamayacağından finansal analizler, finans yöneticilerinin planlama fonksiyonunu gerçekleştirmeleri açısından da oldukça önemlidir (Akgüç, 2011: 19).

### **2.2.2. Finansal Analiz Türleri**

Finansal analiz; işletmenin belirli dönemlerde faaliyetlerini etkin bir şekilde yerine getirip getirmediğinin belirlenmesi, finansal yapısına ilişkin eğilimlerin ortaya konulması, büyüme oranlarının ve borç ödeme gününün ortaya konulması, başarı derecesinin ve belirlemiş olduğu hedeflerine ulaşip ulaşmadığının belirlenmesi, finansal faaliyetlerin kontrol edilmesi ve yorumlanması, alınacak finansal kararlara yön vermek için gerek duyulabilecek verilere ulaşılması gibi birçok hususa ilişkin olarak yapılmaktadır (Okka, 2005: 83).

Finansal analiz, farklı kesim ve çevreler tarafından farklı amaçlara yönelik olarak yapılabilmektedir. Dolayısıyla, ortaya çıkan çeşitli beklentiler, finansal analizi hem biçim olarak hem de öz olarak farklılaştırmakta ve çeşitli finansal analiz türlerinin meydana gelmesini sağlamaktadır (Bakır ve Şahin, 2009: 8). Bu bağlamda finansal analiz, analizin kapsamı, analizden beklenen amaç, analiz sonucundan elde edilecek verilerden faydalanacak bireyler ve analizi gerçekleştirenin söz konusu işletme ile bir ilişkisinin bulunup bulunmadığına yönelik olarak sınıflandırılabilir. Bu hususta finansal analiz türleri; kapsamına göre finansal analiz, amacına göre finansal analiz ve analiz yapanın durumuna göre finansal analiz şeklinde sınıflandırılabilir (Çabuk ve Lazol, 2008: 136).

### 2.2.2.1.Kapsamına ( Analizin Yapılış Biçimine) Göre Finansal Analiz Türleri

Kapsamına göre finansal analiz, statik analiz ve dinamik analiz olmak üzere iki grupta sınıflandırılabilir.

**a) Statik Analiz:** Statik analizle, belirli bir döneme ya da belirli bir tarihe ilişkin olarak düzenlenmiş finansal tablolardaki farklı kalemler arasındaki mevcut ilişkiler miktar ve yüzde açısından incelenerek ortaya konulmaktadır (Usta, 2011: 106). Statik analiz ile işletmenin finansal yapısı ve faaliyet sonuçları tek bir döneme ilişkin olarak düzenlenmeye çalışılmaktadır (Aydın, Başar ve Coşkun, 2010: 94). Tek bir döneme ilişkin olarak gerçekleştirilen, finansal analiz ve etkinlik sonuçlarının analizini içeren statik analiz, dikey analiz olarak da tanımlanmaktadır (Usta: 2011, 106). Dikey analizle varlık dağılımları, öz kaynak ve yabancı kaynak ilişkisi hususunda bilgi sahibi olunur ve net satış hâsılatına nispetle gelir tablosunun diğer kalemlerine ilişkin durum ve büyüklükler de tespit edilebilmektedir. Elde edilen oranlarla işletmenin cari faaliyet dönemine ilişkin likidite yapısı, varlıkların kullanılmasına yönelik verimlilik, karlılık ve finansal yapı hususunda önemli verilere ulaşılabilmektedir. Buna karşılık, statik analizle yalnızca dikey bir analiz yapmak yani verilerin karşılaştırılmaması, söz konusu analiz eksik yanı olarak nitelendirilmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 136).

**b) Dinamik Analiz:** Dinamik analizle, işletmenin birden fazla döneme yönelik olarak finansal tablolarındaki veriler karşılaştırılabilir olarak incelenip ortaya konulmaktadır (Usta: 2011, 107). İşletmenin herhangi bir dönemine ilişkin mali yapısı, geçmiş yıllara ilişkin olarak elde edilen verilerle kıyaslama yapılarak geçmiş yıllara göre meydana gelmiş olumlu ve olumsuz yönler saptanarak analiz daha da önemli bir hale getirilebilmektedir (Aydın, Başar, Coşkun, 2010: 94). Dinamik analiz, işletmenin zaman içerisinde göstermiş olduğu gelişim eğilimlerinin seyrini de ortaya koymaktadır. Bununla beraber, dinamik analiz yalnız cari dönemin değerlendirilmesine değil, geleceğe yönelik tahminlerde bulunma konusunda da yarar sağlayabilmektedir (Aydın, Başar ve Coşkun, 2010: 95).

### 2.2.2.2.Amacına Göre Finansal Analiz Türleri

Amacına göre finansal analiz türleri, yönetim, yatırım ve kredi analizleri olarak üç şekilde sınıflandırılabilir (Bakır ve Şahin, 2009: 8).

**a) Yönetim Analizi:** Yönetim analizi, işletme yönetimi için yönetim faaliyetlerinin yerine getirilmesine ilişkin olarak gerçekleştirilen analizdir. Bu analiz esas amacı, işletme



faaliyetlerinin planlanan hedefler çerçevesinde gerçekleşip gerçekleşmediğinin gözden geçirilmesi, eksikliklerin neler olduğunun belirlenmesi ve gereken düzeltmelerin yapılmasını sağlamaktır (Aydın, Başar ve Coşkun, 2010: 94).Yönetim analizleri, işletmelerin karlılığını ve verimliliğini arttırmak, kaynaklarının etkin ve verimli olarak kullanımını sağlamak ve yönetim kararlarının doğruluk seviyesini arttırmak hususunda yöneticilere faydalar sağlamaktadır. Bu analizde bütün analiz yöntemlerinin yanı sıra; pazar dağılım analizi, üretim maliyeti ve karlılık analizi, personel devir hızı, işçilik ve malzeme kullanım verimliliğinin ortaya konulması ve müşteri memnuniyet analizi gibi işletmeyi meydana getiren bölüm performanslarının ölçülmesine ilişkin teknikler de kullanılmaktadır (Çabuk ve Lazol, 2008: 138).

**b) Yatırım Analizi:**Yatırım analizi ile işletmenin gelecek dönemlere yönelik kazanma gücü belirlenmeye çalışılmaktadır. Bunun yanı sıra, işletmenin sürekliliği, karlılığı, hisse senetlerinin değer değişimleri, dağıtılacak olan kar payları ve bunlara ilişkin eğilimler ölçülmeye çalışılır. Bu analiz; işletme ortakları, işletmeye ortak olma fikrinde olanlar ve işletmeye uzun süreli olarak kaynak imkânı sunanlar tarafından yapılmaktadır (Bakır ve Şahin, 2009: 9).İşletmenin mevcut ortakları ya da işletmeye ortak olmayı düşünenler, yatırım analiziyle işletmenin cari ve geleceğe ilişkin kazanma gücüyle dağıtacakları kar paylarını ve hisse senetlerindeki değişimleri inceleyebilmektedirler. Ayrıca işletmenin tahvillerini satın alma yoluyla işletmeye uzun vadeli kredi sağlayan ya da sağlayacak olanlar yatırım analizi yoluyla işletmeye sağlamış oldukları yatırımın zamanı geldiğinde faizleriyle birlikte kendilerine ödenip ödenmeyeceğini araştırmaktadırlar (Akdoğan ve Tenker, 2005: 516).

**c) Kredi Analizi:**Kredi analiziyle, işletmenin öncelikle kısa vadeli borç ödeme gücünün belirlenmesi ve borçların zamanında ödenip ödenmeyeceği hususunun ortaya konulması amaçlanmaktadır. Hem işletmeye kredi sağlayan finans kurumları hem de işletmeye kredili mal satışı yapan işletmeler, işletmeye sağlayacakları borç vadesini ve tutarını, teminat hususunda talep edecekleri karşılıkların riske bağlı olarak tutarını belirleyebilmek için kredi analizini gerçekleştirmektedirler. Kredi analiziyle işletmenin sermaye yapısı ile dönen varlıkları ile kısa vadeli borçları arasındaki ilişkiler ölçülmeye çalışılmaktadır (Aydın, Başar ve Coşkun, 2010: 94; Akdoğan ve Tenker, 2005, 517).

### **2.2.2.3.Analiz Yapanın Durumuna Göre Finansal Analiz Türleri**

Analiz yapanın durumuna göre finansal analiz, analizi yapacak kişilerin işletme içerisinden olup olmamasına göre iç ve dış analiz olmak üzere iki grupta incelenmektedir (Akdoğan ve Tenker, 2001: 518).

**a) İç Analiz:** Finansal analiz, eğer işletme bünyesinden bir kişi tarafından yapılıyorsa bu analiz iç analiz olarak ifade edilmektedir. İç analiz yapılırken analizi yapan kişi, işletmenin dışarıdan yararlanmak isteyenlere de açık olan bilanço ve gelir tablolarının yanı sıra işletmede mevcut bulunan diğer tüm bilgi ve belgelerden de yararlanabilmektedir. Dolayısıyla iç analiz ile işletmenin verimliliği, karlılığı ve mali yapısı ayrıntılı bir şekilde belirtilebilmektedir. Bu analizin temelinde yönetim analizleri bulunmaktadır. İç analizde, diğer tüm analiz türlerinden yararlanıldığı gibi bilhassa işletme bölümlerini meydana getiren kapasite kullanım analizi, çalışan devir hızları, bütçe kontrolleri, pazar dağılım analizleri, müşteri memnuniyeti analizleri gibi bölümlerin başarısının ölçülmesine ilişkin teknikler de kullanılmaktadır (Çabuk ve Lazol, 2008: 139). İç analiz; tepe yönetici, finans ve muhasebe bölümündeki kişilerce yapılmaktadır (Aydın, Başar ve Coşkun, 2010: 95).

**b) Dış Analiz:** Dış analiz, işletmeyle alakası bulunan satıcılar, işletmeye kredi verecek olanlar, işletmenin potansiyel yatırımcıları, rakip kuruluşlar, menkul kıymet analistleri ve devlet gibi kişi ve kurumlar tarafından gerçekleştirilmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 139; Aydın, Başar ve Coşkun, 2010: 95). Dış analiz, işletmeyle ilişkili üçüncü kişilerin yayınladığı raporlardan yararlanılarak gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla analizi gerçekleştirenler işletmenin yayınlanmış raporlarıyla ve verdikleri bilgilerle yetinmek durumundadırlar (Akdoğan ve Tenker, 2001: 518). Bu analizle, işletmenin durumu, karlılık yapısı ve kaynak yapısı ve nakit durumu hakkında bilgiler elde edilebilmektedir. Dış analiz, işletme dışından kişilerce gerçekleştirildiğinden gerekli finansal bilgiler belli dönemlerde yayınlanan finansal tablolarla ve işletmenin vermiş olduğu birtakım bilgilerle sınırlıdır. Dolayısıyla, analizi gerçekleştiren kişilerin işletmenin finansal tablo ve belgelerinden yararlanma imkanları iç analize oranla daha kısıtlı olmaktadır (Karapınar ve Zaif, 2013: 64; Şamiloğlu ve Akgün, 2015: 404).

### 2.2.3. Finansal Analiz Teknikleri

Finansal analiz teknikleri, finansal tablolardaki verileri standardize ederek ortak bir karşılaştırma zemini oluşturmak amacıyla kullanılan analitik teknikler olarak ifade edilmektedir (Elmas, 2015: 113). Farklı amaçlarla hazırlanan finansal tablolar, çeşitli etmenler ve ölçütler kullanılarak ya da kıyaslamaya tabii tutularak, işletmenin mali yapısı, verimliliği ve karlılığı gibi unsurları ortaya koymak suretiyle analiz edilmektedir (Akdoğan ve Tenker, 2001: 518). Yapılan finansal analizden maksimum fayda sağlamak amacıyla genellikle tek bir analiz tekniğinden ziyade birçok analiz tekniğini kullanmak oldukça önemlidir (Aydın, Başar ve Coşkun, 2010: 104).

Finansal analiz teknikleriyle işletmenin içinde bulunduğu mevcut durum ortaya konulurken, yararlanılan finansal tabloların hazırlanması aşaması da büyük önem arz etmektedir. Sağlıklı ve başarılı bir gelecek tahmini yapabilmek için yararlanılan finansal tabloların işletmenin son durumunu yansıtması önemlidir. Finansal analiz teknikleri, hem işletmenin dönemleri arasında, hem de farklı büyüklüklere sahip ve farklı endüstrilerde faaliyet gösteren işletmelerle kıyaslama yapma imkânı sunması açısından büyük önem arz etmektedir. Öte yandan, gerçekleştirilen finansal analizlerle, finansal tablolardaki finansal bilgiler daha kolay anlaşılabilen ve yorumlanabilmektedir. Finansal analizler neticesinde elde edilen finansal bilgiler işletmenin hem mevcut durumunu hem de performansını genel olarak yansıtmakta ve bu bilgiler her bir çıkar grubunun beklentisi doğrultusunda değerlendirilmektedir. Finansal analiz yapılırken finansal tabloları öncelikli olarak tamamlayıcı nitelikte bilgiler sunmakla başlanmakta ve aşağıda belirtilen teknikler kullanılmaktadır (Berk, 2003: 34; Elmas, 2015:112-113 );

- Karşılaştırmalı Tablolar (Yatay) Analizi
- Dikey Yüzde Analizi
- Eğilim (Trend) Analizi
- Oran (Rasyo) Analizi

#### **2.2.3.1. Karşılaştırmalı Tablolar (Yatay) Analizi**

Karşılaştırmalı tablolar analizi, bir işletmenin iki ya da daha fazla dönemine ait finansal tablolarının birbirini izleyen dönemler şeklinde karşılıklı olarak derlenmesi ve bu tablolara ilişkin kalemlerin zaman içerisinde sergilediği değişikliklerin miktar ve oransal şekilde saptanarak değerlendirilmesi olarak ifade edilmektedir (Akdoğan ve Tenker, 2001: 519).

Karşılaştırmalı analiz dinamik bir analiz olup, belirli bir tarihte düzenlenmiş finansal tablolara ilişkin kalemler arasındaki ilişkiden ziyade kalemlerin zaman içerisinde sergilemiş olduğu azalış ve artışlar dikkate alınmaktadır (Usta, 2011: 138). Söz konusu bu değişimlerin işletmeye yansımaları ortaya konularak, olumlu değişimlerin sürekliliği ve olumsuzlukların giderilmesi sağlanmaya çalışılmaktadır (Bakır ve Şahin, 2009: 169).

#### **2.2.3.2. Dikey Yüzde Analizi**

Dikey yüzde analizi, çeşitli kaynaklarda yüzde yöntemi olarak da ifade edilebilmektedir. Bu yöntemde, finansal tablolarda yer alan her bir kalemin ağırlığı hem ait olduğu grup toplamına hem de genel toplama göre yüzdesel olarak farklı kolonlar halinde ortaya

konulmaktadır. Her bir kalemin ait olduğu grup toplamı 100 olarak kabul edilir ve böylelikle her bir kalemin grup içerisindeki payları saptanmaktadır (Ceylan ve Korkmaz, 2010: 76).

Dikey yüzde analiziyle bir işletmenin tek bir dönemine ilişkin finansal tabloları analiz edilebileceği gibi birden fazla döneme ilişkin verileri de analiz edilebildiğinden dikey yüzdeler analizi hem statik hem de dinamik bir analiz yöntemidir (Çabuk ve Lazol, 2008: 163). Dikey yüzdeler yöntemiyle analiz edilen finansal tablolar, büyüklük açısından farklı işletmeler için ortak bir temel oluşturarak, işletmeye ilişkin finansal tabloların rakip işletmelerin finansal tablolarıyla karşılaştırılabilir kılmaktadır (Bakır ve Şahin, 2009: 152).

### **2.2.3.3. Eğilim (Trend) Analizi**

Bu yöntem trend analizi ya da indeks yöntemi olarak da adlandırılmaktadır. Eğilim analizi uygulanırken finansal tablolara ilişkin bir yıl baz olarak belirlenir ve belirlenen bu yıla ait tutarlar 100 olarak kabul edilir daha sonra baz yılını takip eden dönemlere ait aynı tür değerlerin baz yıla istinaden yüzdesel değişimleri ortaya konmaktadır (Akdoğan ve Tenker, 2001: 575). Bu sayede, işletmeye ilişkin finansal tablolardaki her bir kalemin baz yıla göre yüzdesel gelişme trendi saptanmaktadır. Analiz sonucundaki değerlendirmelerin sağlıklı yapılabilmesi için baz yıl olarak belirlenen yılın her açıdan normal kabul edilebilir bir yıl olması oldukça önemli bir husustur (Ceylan ve Korkmaz, 2010: 78).

Analiz gerçekleştirilirken yüzdeleri hesaba konu olacak döneme ilişkin analizden beklenen faydanın sağlanması için analiz süresi mümkün olduğunca uzun bir zaman aralığını kapsamalıdır. Eğilim analizi yorumlanırken sadece birkaç yıla dair eğilimler dikkate alınarak sağlıklı kararlar vermek mümkün olmayabilir. Bununla beraber fiyatlar genel seviyesindeki değişiklikler de göz önüne alınarak yorum yapılmalıdır (Bakır ve Şahin, 2009: 159).

### **2.2.3.4. Oran (Rasyo) Analizi**

Oran analizi ya da diğer bir ifadeyle rasyo analizi, finansal tablolardaki kalemler arasındaki ilişkilerin açıklanması temeline dayanmaktadır. Oran, matematiksel olarak iki sayı arasındaki ilişkiyi ifade ederken; finansal analizde ise finansal tablolarda yer alan iki kalem arasındaki ilişkinin basit matematiksel ifadesi olarak kabul edilmektedir. Söz konusu ilişki, diğerinin yüzdesi şeklinde, katı şeklinde ya da basit bir orantı şeklinde ifade edilmektedir. Hesap ve hesap grupları arasında matematiksel ilişkiler kurarak işletmenin; ekonomik durumu, finansal yapısı, karlılığı ve çalışma durumu hususlarında bir fikir edinmeye çalışılmaktadır (Akdoğan ve Tenker, 2001:606; Küçüksavaş, 2005: 645).

Finansal tabloların, analize ilişkin hazırlanması oldukça önemli bir husustur. Tekdüzen hesap planına uygun olarak hazırlanmış olan finansal tablolar standart meydana getirir ve kıyaslama için olanak sağlamaktadırlar. Tekdüzen hesap planına uygun olarak tabloların hazırlanması hususu ülkemizde yasalarla zorunlu hale getirilmiş bulunmaktadır. Anlaşılma konusunda kolaylık sağlamak için yalnızca analizi yapan kişilerin rakamları yuvarlaklaştırmaları yerinde bir uygulamadır (Okka, 2005: 83).

Oran analizi tekniğinde, oranların hesaplanması tek başına yeterli görülmemektedir. Otoritelerce, finansal bir araç niteliği olan oranları işletmelerin bütçelemiş olduğu oranlar ile bütünleştirilerek değerlendirilmenin ve yorumlamanın önemli olduğu vurgulanmaktadır (Akdoğan ve Tenker, 2007:640). Oran analizinin amacı finansal tablolarda bulunan iki kalem arasındaki matematiksel ilişkiyi koymaktan ziyade, bu ilişkinin ne anlama geldiğini yorumlayabilmektir. Söz konusu oranlar yorumlanırken dikkate alınması gereken bazı hususlar bulunmaktadır (Aydın, Başar ve Coşkun, 2010: 105);

**a)** Analiz sonucunda saptanan oranlar işletmenin geçmiş dönemlerinde ulaşılmış oranlarıyla karşılaştırılmalıdır.

**b)** İşletme hakkında yapılacak oran yorumlarının tek bir yıla ilişkin olarak değil de söz konusu oranın geçmişteki değeri de göz önünde bulundurularak yapılması, değerlendirmenin daha sağlıklı bir şekilde yapılması açısından önemlidir.

**c)** İşletmenin hesaplanmış oranları, benzer işletmelerle ve işletmenin faaliyette bulunduğu endüstrinin ortalamalarıyla mukayese edilmelidir. Böylelikle işletmenin hem işletme bazında hem de endüstri bazında mevcut durumu ortaya konabilir. Bu mukayese sonucunda işletmenin değerlendirmeye konu olan oranları benzer işletmelere veya endüstriye göre büyük bir sapma sergiliyorsa sebepleri incelenmeli ve detaylı analizler gerçekleştirilmelidir.

**d)** Analiz sonucunda ulaşılmış oranlar genel kabul görmüş değerlerle mukayese edilmelidir. Ancak her oran için genel kabul görmüş oranlara ulaşılmamıştır. Bununla birlikte değerlendirmelerde her endüstrinin özel koşulları göz önünde bulundurulmalıdır. Çünkü genel kabul görmüş oranlara bağlı kalmak her koşulda doğru değerlendirmeler yapılmasını sağlamayabilmektedir.

#### **2.2.3.4.1. Oran Analizinin Başarı Koşulları**

Finansal tablolar analizinde başarı, yalnızca analiz tekniklerinin doğru bir şekilde uygulanmasıyla değil analizler sonucunda ulaşılan sonuçların doğru ve anlamlı bir şekilde yorumlanmasıyla da ilişkilidir. Oran analizinin başarısını da, aşağıdaki hususları dikkate alarak

arttırmak mümkündür (Çabuk ve Lazol, 2008: 175; Aydın, Başar ve Coşkun, 2014: 90-106; Ceylan ve Korkmaz, 2010: 47-48; Berk, 2003:36; Aydın, Başar ve Coşkun, 2010: 105-106);

**a)** Analizin amacına uygun sayıda ve anlamlı sonuçlar dikkate alınmalıdır. Çok sayıda ve analizin amacına fayda sağlamayacak anlamsız oranların dikkate alınması ya da tek bir oranında kullanılması yorumların hatalı olmasına sebep olabilmektedir.

**b)** Finansal oranlar, işletmenin sadece güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koyan araçlar olduklarından diğer verilerin de analiz edilmesi yorumların başarısını arttıracaktır.

**c)** Oranlar, finans ve muhasebe teorisi bağlamında doğru ve anlamlı bir şekilde yorumlanmalıdır.

**d)** Analiz sonuçları değerlendirilirken mevsimsel ve dönemsel etkiler göz önünde bulundurulmalıdır.

**e)** Bir oranda meydana gelen değişikliğin nereden kaynaklandığı araştırılmalıdır.

**f)** Bir oranda meydana gelen değişiklik, pay ve paydadaki artış ya da azalışlardan kaynaklanmaktadır. Bu artış ya da azalışlar yalnız pay ya da paydadan kaynaklanabileceği gibi her ikisinde meydana gelen değişiklikten de kaynaklanabilmektedir.

**g)** Oranlar yorumlanırken aynı endüstri koluna mensup benzer işletmelerle mukayese edilmelidir. Ancak bu mukayese gerçekleştirilirken işletmelerin izledikleri politikaların ve muhasebe uygulamalarının farklı olabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır.

**h)** Fiyat seviyesindeki değişimler de oranlar yorumlanırken dikkate alınmalıdır.

**i)** Finansal tablolar yorumlanırken işletmeden alınan ek bilgiler de kullanılmalı ve sonuçlar kar dağıtım hedefleri, planlanan ve hala sürdürülen yatırımlar ve işletme sahip ve yönetici tutumları gibi bilgiler de dikkate alınmalıdır.

**j)** Finansal tablolar, enflasyon etkisinden arındırılmak için döviz (USD, Euro) cinsinden oluşturulmalıdır. Yüksek enflasyon ortamında gerçekleşen; sermaye bileşenindeki yabancı kaynağın artışı, likiditenin azalması, karlılığa ilişkin oranların nominal artışı, dağıtılmayan kar oranının artışı ve stok ve dönen varlıkların duran varlıklara kıyasla artış göstermesinin normal olduğu kabul edilmelidir.

#### **2.2.3.4.2. Oranların Sınıflandırılması**

Oranları değişik kıstaslara göre sınıflandırmak mümkündür. Oranların hesaplanmasında baz alınan finansal tabloya göre yapılan sınıflandırma bunlardan biridir ve bu oranlar aşağıdaki gibidir (Çabuk ve Lazol, 2008: 177);

➤ **Bilanço Oranları**

- Gelir Tablosu Oranları
- Karma Oranlar

Bir diğer sınıflandırma ise farklı grupların farklı amaçlarına yönelik olarak işletmenin faaliyet sonuçları ve finansal durumunu değerlendirmek amacıyla geliştirilmiş oranlardır ve beş ana başlıkta toplanmaktadır. Bu oranlar aşağıdaki gibidir (Aydın, Başar ve Coşkun, 2014: 91; Çabuk ve Lazol,2008: 177);

- Likidite Oranları
- Mali (Finansal)Yapı Oranları
- Varlık Kullanım (Faaliyet) Oranları
- Karlılık Oranları
- Borsa Performans Oranları

Söz konusu oran gruplarının kullanım amaçları, alt oranları ve hesaplanma şekilleri aşağıda sırasıyla açıklanmaya çalışılmaktadır.

#### **2.2.3.4.2.1. Likidite Oranları**

Likidite, bir işletmenin sahip olduğu varlıklarının düşük maliyetle ve hızlı bir şekilde nakde dönüşebilme yeteneği olarak ifade edilmektedir (Ercan ve Ban, 2005: 23).Teknik ve gerçek olmak üzere iki tür likidite söz konusudur. Teknik likidite, işletmenin vadesi gelen borçlarını ödeyebilme gücünü gösterirken gerçek likidite ise işletmenin tasfiyesi durumunda borçlarını ödeyebilme gücünü ortaya koymaktadır. Kısa vadeli analizler için çoğunlukla teknik likidite kullanılmaktadır (Ceylan ve Korkmaz, 2010: 48-49).

Likidite oranları, işletmenin kısa vadedeki borçlarını ödeyebilme gücünü ölçmek için kullanılmaktadır. Bununla beraber, işletmenin likidite riski saptanıp, net işletme sermayesinin yeterli düzeyde olup olmadığı ortaya konulmaktadır (Bakır ve Şahin, 2009: 134).İşletme, kısa vadeli borçlarını ödemek için dönen varlıklarını kullanmaktadırlar. Dönen varlıklar; hazır değerler, menkul kıymetler, kısa vadeli alacaklar, stoklar ve stoklara ilişkin akreditiflerden meydana gelmektedir. Bu oranların çok yüksek olması işletmenin hali hazırdaki likit varlıklarını atıl olarak elde tuttuğuna, düşük olması ise işletmenin günü gelen borçlarını ödeme hususunda zorluklar yaşadığına işaret etmektedir (Berk, 2003: 37). Ayrıca aşırı derecede likit varlığın elde tutulmasının da bir maliyeti bulunmaktadır ve bu durum daha fazla oranda edinilebilecek gelirden vazgeçmek anlamına gelmektedir (Akgüç, 2011: 443).

İşletmelerin kısa vadeli varlıkları ile borçları sık sık değişmektedir. Dolayısıyla likidite oranları da sık sık değişmektedir. Bu özellik, likidite oranlarına ilişkin oldukça önemli bir husustur (Aydın, Başar ve Coşkun, 2014: 94).Dönen varlıklar ile kısa vadeli borçlar arasındaki ilişki saptanırken, dönen varlığa ilişkin hesaba katılacak kalemlerin özelliklerine göre likidite oranları aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Akdoğan ve Tenker, 2005:611; Çabuk ve Lazol,2008: 179-180; Usta, 2011: 123);

- Cari Oran
- Asit-Test Oranı
- Nakit Oranı
- Stoklar – Dönen Varlıklar Oranı
- Stoklar – Varlık (Aktif) Toplamı Oranı
- Stok Bağımlılık Oranı
- Kısa Vadeli Alacaklar - Varlık (Aktif) Toplamı Oranı
- Kısa Vadeli Alacaklar – Dönen Varlıklar Oranı

**a) Cari Oran:** Bu oran, banker oranı ya da işletme sermayesi oranı olarak da ifade edilmektedir (Akgüç, 2011:437). İşletmenin dönen varlıklarının kısa vadeli yabancı kaynaklarına oranlanmasıyla hesaplanmakta ve aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Bakır ve Şahin, 2009: 134);

$$\text{Cari Oran} = \frac{\text{Dönen Varlıklar}}{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}}$$

Cari oranın genelde 2 olması beklenmektedir. Buna karşın cari oranın 2'den yüksek tutulması sonucunda işletmelerin likiditelerinin artışı nedeniyle karlılıklarında bir düşüş meydana geleceğinden finansal yönetim açısından uygun bir yaklaşım olarak kabul edilmemektedir. Dolayısıyla, işletmenin faaliyet kolu, özel durumları ve sosyo-ekonomik şartlar göz önünde bulundurulmalı, karlılık ve risk arasında dengeli bir ilişki sağlanmasına dikkat edilmelidir. Gelişmekte olan ülkelerde bankaların genelde kısa süreli krediler vermesi sebebiyle likidite oranları yüksek olmayıp 2'nin altında çıkmaktadır. Dolayısıyla bu tür ülkelerde cari oranın 1,5 dolaylarında olması da yeterli olarak kabul görmektedir (Aydın, Başar ve Coşkun, 2014: 94-95).



**b) Asit-Test Oranı:** Bu oran likit oran ya da 2. derece likidite oranı olarak da adlandırılmaktadır. Dönen varlıklardan stoklar çıkarıldıktan sonra kalan tutarın kısa vadeli yabancı kaynaklara bölünmesiyle asit-test oranına ulaşılmaktadır (Berk, 2003: 38). Asit-test oranı aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Aydın, Başar ve Coşkun, 2010: 110);

$$\text{Asit - Test Oranı} = \frac{\text{Dönen Varlıklar} - (\text{Stoklar} + \text{Gelecek Aylara Ait Giderler} + \text{Diğer Dönen Varlıklar})}{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}}$$

Asit-test oranı, cari orana kıyasla daha keskin ve hassas bir oran olarak kabul edilmektedir. Çünkü stokların paraya çevrilmesi konusunda bir belirsizlik durumu söz konusudur. Dolayısıyla, işletmenin satışları durduğu anda elindeki dönen varlık kalemleriyle kısa vadeli yabancı kaynaklarını karşılayıp karşılayamayacağını ortaya koymaktadır (Çabuk ve Lazol, 2008: 179).

Asit-test oranının 1 olması uygun olarak kabul edilmektedir. Bu oranın 1 ya da 1 den büyük çıkması işletmenin borçlarını ödeyebilme gücüne sahip olduğunu göstermektedir. Bu oranın 1'in altında çıkması işletmenin kısa vadedeki borçlarını ödeme konusunda stoklara bağımlı olduğunu göstermektedir (Ceylan ve Korkmaz, 2010: 51). İşletme, alacaklarını tahsil etme konusunda güçlüğü karşılaşıyorsa, asit-test oranı 1'in üstünde olsa bile söz konusu işletme için borç ödeme gücü yeterlidir denmesi mümkün olmamaktadır. Bununla beraber stokların kolaylıkla paraya çevrilebiliyor fakat asit-test oranının 1'den küçük olması, işletmenin borç ödeme gücünün yetersiz olduğu anlamına gelmemektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 179).

**c) Nakit Oranı:** Bir işletmedeki en likit varlıklar hazır değerler ve menkul kıymetler olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla, işletmenin likiditesi analiz edilirken nakit oran da büyük bir önem arz etmektedir (Aydın, Başar ve Coşkun, 2010: 110). Nakit oran, nakit ve kolay nakde dönüşebilecek değerlerle menkul kıymetlerin kısa vadeli yabancı kaynaklara oranlanmasıyla hesaplanmaktadır. Nakit oran, diğer likidite oranlarına kıyasla daha hassas bir orandır. Nakit oran, işletmenin elindeki stokları paraya çevirememesi, satışlarının durması ve alacaklarını tahsil edememesi koşullarında işletmenin kısa vadeli borçlarını ne ölçüde karşılayabileceğini ifade etmektedir. Nakit oran aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Berk, 2003: 38; Çabuk ve Lazol, 2008: 180);

$$\text{Nakit Oran} = \frac{\text{Hazır Değerler} + \text{Menkul Kıymetler}}{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}}$$

Bu oranın, 0,20'nin altına düşmemesi istenmektedir. Nakit oranın 0,20'nin altına düşmesi halinde işletmenin nakit konusunda ve yeni krediler bulma hususunda zor durumda

kalacağı düşünülmektedir. Buna karşın oranın 0,20'den büyük olması da arzulanan bir durum değildir çünkü işletmede sürekli nakit fazlası bulunduğu ve paranın atıl olarak elde bulundurulduğu anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, elde kullanılacak nakit mevcudu iyi bir şekilde saptanmalıdır (Akdoğan ve Tenker, 2005: 615). Nakit oranın, 1 çıkması işletmenin kısa vadeli yükümlülüklerini sahip olduğu nakit ve nakit benzeri varlıklarıyla karşılayabileceğinin göstergesi olarak kabul edilmektedir (Bakır ve Şahin, 2009: 136).

**d) Stoklar/Dönen Varlıklar Oranı:** Bu oran, işletmenin sahip olduğu işletme sermayesinin ne kadarının stoklara bağımlı olduğunu göstermektedir. Bahsedilen oran; stokların dönen varlıklara bölünmesiyle yüzdelik olarak elde edilir. Oranlamamın sonucunda elde edilen değerin düşük ya da yüksek olması tek başına bir yargı verilmesine olanak sağlamaz. Bu oranın yüksek olması durumunda stok devir hızı yüksek ve alacaklarını tahsil edebilme yeteneği doğrultusunda bir olumsuzluk yaratabileceği düşünülmemektedir. Devir hızlarının düşük olması durumunda stokların yüksek olmaması tercih edilen bir durumdur. Bu oran, aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 180);

$$\text{Stoklar/Dönen Varlıklar Oranı} = \frac{\text{Stoklar}}{\text{Dönen Varlıklar}}$$

**e) Stoklar/Varlık (Aktif) Toplamı Oranı:** Stoklar/Varlık (Aktif) toplamı oranı, stokların ağırlık oranı olarak da adlandırılmaktadır. Bahsedilen oran, işletmenin yer aldığı endüstriye bağlı olduğu gibi tedarik etme koşullarına, satın alabilme gücüne, hükümetin ithalat ve ihracat politikalarına, fiyat düzeyine, stoklama politikalarına, fiyatlandırma politikalarına, satış politikalarına ve finansal imkânlarına da bağlıdır. Sanayi işletmelerinde bu oran üretim sürecinin örgütlenme yapısıyla ilişkilidir. Ticaret işletmelerinde, söz konusu stokların yönetimi sanayi işletmelerine kıyasla daha kolay olmaktadır. Yapılacak alımlarda iyi seçimlerde bulunularak, etkin stok kontrolü yapılarak, satışların sürekliliğini sağlaması açısından farklı mallar hızlı bir şekilde tedarik edilerek ve stok düzeyini sürekli kontrol ederek etkin bir stok yönetimi sağlanabilir. Bu oran aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Usta, 2011: 122-123);

$$\text{Stoklar/Varlık(Aktif)Toplamı Oranı} = \frac{\text{Stoklar}}{\text{Toplam Aktif}}$$

**f) Stok Bağımlılık Oranı:** Stok bağımlılık oranı, işletmenin kısa vadeli borçlarını ödeme yükümlülüğünü yerine getirirken hazır değerler ve hızla paraya çevrilebilen diğer varlıkların dışında stokların yüzde kaçının satılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu oran, asit test oranının 1'in altında çıkması halinde, borçların ödenebilmesi için stoklara olan bağımlılığın

ölçülmesi için başvurulan bir orandır. Stok bağımlılık oranı aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Akdoğan ve Tenker, 2005: 616);

$$\text{Stok Bağımlılık Oranı} = \frac{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar} - (\text{Hazır Değerler} + \text{Menkul Kıymetler})}{\text{Stoklar}}$$

**g) Kısa Vadeli Alacaklar/Dönen Varlıklar Oranı:** Söz konusu oran, kısa vadeli alacakların dönen varlıklar içerisindeki payını göstermektedir. Alacakların yüksek olması, tahsilat hususunda sıkıntılarının meydana gelmesine ve alacaklar için ayrılan kaynak maliyetine katlanmak zorunda kalınmasına neden olmaktadır. Öte yandan, esnek bir satış politikası belirlemek ise satış hacminin artmasını sağlayacaktır. Şayet işletme alacaklarını finanse etme konusunda sıkıntı yaşamıyorsa ve söz konusu durum iş hacminin ve karlılığın artmasını sağlıyorsa alacakların sektör ortalamalarının üzerinde seyretmesi büyük bir sorun teşkil etmeyecektir. Ancak, aksi durumda alacaklar azaltılmalıdır ([http://finman.com.tr/admin/files/Oran\\_Raporu\\_ornek.pdf](http://finman.com.tr/admin/files/Oran_Raporu_ornek.pdf)). Söz konusu oran, aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (<http://www3.tcmb.gov.tr/sector/2015/Raporlar/oran.pdf>);

$$\text{Kısa Vadeli Alacaklar/Dönen Varlıklar Oranı} = \frac{\text{Kısa Vadeli Ticari Alacaklar} + \text{Diğer Kısa Vadeli Alacaklar}}{\text{Dönen Varlıklar}}$$

**h) Kısa Vadeli Alacaklar/Varlık (Aktif) Toplamı Oranı:** Kısa Vadeli Alacaklar / Varlık (Aktif) Toplamı oranı, literatürde kısa süreli alacaklar oranı olarak da yer almaktadır. İşletmenin sahip olduğu kısa süreli alacakların büyüklük oranı, işletmenin yer aldığı endüstriye ve bazı koşullara bağlıdır. Bu koşullar sırasıyla; satış büyüklükleri, içinde bulunulan endüstriye ait ticari gelenekler, kredili satışlarda yaşanan güçlükler, olası riskler, alacakları tahsil etme kabiliyeti, alacak ve senetlerinin devir ve iskonto imkânları ve alacakların devir hızı oranıdır. Bu oran şöyle formüle edilmektedir (Usta, 2011: 123);

$$\text{Kısa Vadeli Alacaklar/Varlık (Aktif) Toplamı Oranı} = \frac{\text{Kısa Vadeli Ticari Alacaklar} + \text{Diğer Kısa Vadeli Alacaklar}}{\text{Varlık (Aktif) Toplamı Oranı}}$$

#### 2.2.3.4.2.2. Mali (Finansal) Yapı Oranları

Bu oranlar, işletmenin finansman yapısı içerisinde yabancı kaynaklardan ne düzeyde yararlanıldığını göstermektedir. Finansal yapı oranları aynı zamanda, işletmenin iyi bir şekilde finanse edilip edilmediği, yabancı kaynak ile özkaynak dağılımının dengeli olup olmadığı ve kredi verenlerin emniyet payının yeterli düzeyde olup olmadığı sorularına da yanıt niteliğindedir. Çünkü işletmenin sahip olduğu özkaynaklar kredi verenler açısından emniyet

marjı olarak kabul edilmektedir (Bakır ve Şahin, 2009: 137). Diğer bir ifadeyle finansal yapı oranları, işletmelerin ne düzeyde borçlarla finanse edildiğini ve uzun vadeli yükümlülüklerini yerine getirip getiremediğini ölçmektedir (Andrew, Damitio ve Schmidgall, 1993: 100).

Finansal yapı oranları kaldıraç oranları olarak da adlandırılmaktadır. Kaldıraç oranı ne kadar yüksek ise işletmenin borçlarını ödeyememe riski de o derece yüksek olmaktadır. Borçlanma, risk teşkil etse de işletmenin başlıca kaynakları arasındadır. Çünkü faizler vergi matrahından düşülebildiği için vergi konusunda avantaj sağlamaktadır. Ayrıca, borçlanma ek öz sermaye yaratmak için hisse senedi ihracından daha kolay ve daha düşük maliyetlidir. Ancak, işletmenin borç yükünün aşılmasına dikkat edilmelidir, çünkü ağır faiz yüküyle beraber borçların ödenememe durumu işletmenin iflasına sebep olabilmektedir. Dolayısıyla işletmenin taşıyabileceği ideal borç sermaye miktarı ve maliyeti hesaplanmalı yani optimal sermaye yapısı belirlenmelidir (Okka, 2005:89). Aşağıda mali yapı oranları sırasıyla açıklanmaktadır.

**a) Yabancı Kaynak Oranı:** Yabancı kaynak oranı, işletmenin aktiflerinin ne düzeyde yabancı kaynaklarla karşılandığını ifade etmektedir. Bu oranın %50'ye eşit veya altında, yine endüstri ortalamasının da altında olması istenmektedir. Çünkü bu oranın yüksek olması, işletmenin gelecekte borçlarını geri ödemede güçlük çekeceği ve yeni yapılacak borçlanma girişimlerinin maliyetlerinin yüksek olacağı anlamına gelmektedir. Bu durumda işletmeye kredi sağlayanlar özkaynağın arttırılmasını isteyecek ve özellikle bankalar işletmeyi sıkı bir şekilde izleyecek ve işletmenin iflas etmesi olasılığına karşı krediler geri istenmeye başlanacaktır (Aydın, Başar ve Coşkun, 2014: 106). Bu oran aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008:181);

$$\text{Yabancı Kaynak Oranı} = \frac{\text{Toplam Yabancı Kaynaklar}}{\text{Varlık(Aktif) Toplamı}}$$

**b) Özkaynak Oranı:** Bu oran, işletmenin sahip olduğu varlıkların yüzde kaçının işletmenin özkaynakları ile karşılandığını ifade etmektedir. *"Bu oranın %50 civarında olması normal karşılanabilir. Ancak, yaşanan enflasyonun bilançoların pasif yapısı üzerindeki bozucu etkisi sonucu, ülkemizde bu oranın %30'lara kadar düştüğü görülmektedir"* (Çabuk ve Lazol, 2008: 182). Bu oran özellikle işletmeye orta ve uzun vadede kredi sağlayanlara işletmenin finansal yapısı konusunda bilgi sunmaktadır. Bu oran yüksek ise, işletmenin uzun vadeli borçlarını ödeyemediği için finansal olarak zorluklarla karşılaşma ihtimalinin az olduğu anlamına gelmektedir. Bu oranın zamanla yükselme seyrinde olması işletmenin iyi bir finansal yönetim yapısına sahip olduğunu göstermektedir (Akgüç, 2011:451). Bu oran aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Usta, 2011: 125);

$$\text{Özkaynak Oranı} = \frac{\text{Özkaynaklar}}{\text{Varlık(Aktif) Toplamı}}$$

**c) Özkaynakların Toplam Yabancı Kaynaklara Oranı:** Bu oran, literatürde ödeme gücü katsayısı, borçlanma katsayısı ya da finansman oranı olarak da adlandırılmaktadır. Söz konusu oran, işletmelerin özkaynaklarıyla yabancı kaynakları arasında uygun bir düzeyin olup olmadığını ölçmek suretiyle işletmenin mali bağımsızlık derecesini ortaya koymaktadır. Oranın en az 1:1 olması istenir. Oranın yüksek olması işletmeyi borçlu olduğu üçüncü şahısların baskısından korur. Buna karşın oranın 1'den küçük olması kredi verenlerin işletmeye, sahip ve varsa ortaklarından daha fazla yatırım gerçekleştirdiklerini belirtmektedir. Finansman oranı aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Akdoğan ve Tenker, 2005: 620);

$$\text{Finansman Oranı} = \frac{\text{Özkaynaklar}}{\text{Toplam Yabancı Kaynaklar}}$$

**d) Kısa Vadeli Yabancı Kaynak Oranı:** Söz konusu oran, işletmelerin sahip olduğu varlıklarının ne ölçüde kısa vadeli yabancı kaynaklarla karşılandığını ortaya koymaktadır. Bu oranın sanayi işletmelerinde 1/3'ü aşmaması kabul gören bir kuraldır. Buna karşın ülkemizde işletmeler çok fazla kısa vadeli yabancı kaynak kullanmak durumunda kalmaktadır. Bununla birlikte, varlıkların büyük bir bölümü dönen varlıklardan meydana gelen birçok işletmede bu oran %50 dolaylarında gerçekleşebilmektedir. Bu oranın % 50'lere ulaşmasında enflasyonist sürecin de etkisi oldukça fazladır (Akgüç, 2011:453). Kısa vadeli yabancı kaynak oranı aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 184);

$$\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynak Oranı} = \frac{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar Toplamı}}{\text{Kaynak (Pasif) Toplamı}}$$

**e) Uzun Vadeli Yabancı Kaynak Oranı:** İşletmenin sahip olduğu varlıkların yüzde kaçını uzun vadeli yabancı kaynaklarla finanse ettiğini ifade eden bu oran, uzun vadeli yabancı kaynakların toplam yabancı kaynaklara oranlanması şeklinde hesaplanmakta ve aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Akdoğan ve Tenker, 2005: 621);

$$\text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynak Oranı} = \frac{\text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar}}{\text{Kaynak (Pasif) Toplamı}}$$

Bu oranın kamu hizmet işletmeleri ve demir yolları işletmelerinde 1:2 ve sanayi işletmelerinde ise 1:3'ü aşmaması kabul görmektedir (Akgüç, 2011: 455).

**f) Uzun Vadeli Yabancı Kaynakların Devamlı Sermayeye Oranı:** Söz konusu oran, uzun vadeli yabancı kaynak oranını tamamlayıcı niteliktedir. Bu oranın sanayi işletmelerinde 1:3'ü, demiryolları ve kamu hizmet işletmelerinde 1:2'yi aşmaması istenir. Uzun vadeli yabancı kaynakların devamlı sermayeye oranı aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Akgüç, 2011: 455);

$$\text{Uzun Vad. Yab. Kaynak./Devamlı Sermayeye Oranı} = \frac{\text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar}}{\text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar} + \text{Özkaynaklar}}$$

**g) Maddi Duran Varlıkların Özkaynaklara Oranı:** Söz konusu oran, işletmenin sahip olduğu maddi duran varlıkların hangi oranda özkaynaklarla karşılandığını belirtmektedir. Bu oranın 1'den küçük olması istenmekte ve aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 187);

$$\text{Maddi Duran Varlıkların Özkaynaklara Oranı} = \frac{\text{Maddi Duran Varlıklar(Net)}}{\text{Özkaynaklar}}$$

**h) Maddi Duran Varlıkların Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklara Oranı:** Bu oranın 1:1'den büyük olması, işletmenin 1 liralık uzun vadeli borcuna karşılık 1 liradan fazla maddi duran varlığa sahip olduğu anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, oranın yüksek çıkması işletmeye uzun vadeli kredi sağlayanlar açısından yeterli bir emniyet marjını ifade etmektedir. Söz konusu oran aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Akgüç, 2011: 456-457);

$$\text{Maddi Duran Varl./Uzun Vadeli Yabancı Kaynak. Oranı} = \frac{\text{Maddi Duran Varlıklar(Net)}}{\text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar}}$$

**İ) Duran Varlıkların Yabancı Kaynaklar Toplamına Oranı:** Bu oran, bir işletmede duran varlıkların ne düzeyde yabancı kaynaklarla karşılandığını ölçmek amacıyla kullanılmaktadır. Söz konusu oran, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Sektör Bilançoları çalışmasında sektörlerin performansının ölçülmesinde kullanılmakta ve aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (<http://www3.tcmb.gov.tr/sector/2015/Raporlar/oran.pdf>);

$$\text{Duran Varlıkların Yabancı Kay. Top. Oranı} = \frac{\text{Duran Varlıklar}}{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar} + \text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar}}$$

**i) Duran Varlıkların Özkaynaklara Oranı:** Bu oran, işletmenin sahip olduğu duran varlıkların ne düzeyde özkaynaklarla karşılandığını ifade etmektedir. Söz konusu oranın 1 olması istenmektedir. Oranın 1'den büyük olması duran varlıkların bir kısmının yabancı kaynaklarla finanse edildiğini ifade etmektedir. Söz konusu oran aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 186);

$$\text{Duran Varlıkların Özkaynaklara Oranı} = \frac{\text{Duran Varlıklar}}{\text{Özkaynaklar}}$$

**j) Duran Varlıkların Devamlı Sermayeye Oranı:** Söz konusu oran, işletmenin sahip olduğu duran varlıkların ne ölçüde özkaynaklarla ve yabancı kaynaklarla yani devamlı sermayeyle finanse edildiğini ortaya koymaktadır. Bu oran, duran varlıkların uzun vadeli yabancı kaynak ve özkaynak toplamına oranlanması şeklinde hesaplanmaktadır. Oranın 1'den küçük olması arzu edilmektedir. Oranın 1'den büyük olması, duran varlıkların finanse edilmesinde kısa vadeli yabancı kaynak kullanımı olduğunu ifade ettiğinden finansmanda uygunluk ilkesine aykırı bir durum meydana gelmektedir. Oran aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 186; Akdoğan ve Tenker, 2005: 622);

$$\text{Duran Varlıkların Devamlı Sermayeye Oranı} = \frac{\text{Duran Varlıklar}}{\text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar} + \text{Özkaynaklar}}$$

**k) Yabancı Kaynaklar Vade Yapısı Oranı:** Kısa vadeli yabancı kaynakların (K.V.Y.K.), toplam yabancı kaynaklar (K.V.Y.K. ve uzun vadeli yabancı kaynak (U.V.Y.K.) içindeki payını gösteren bu oranın 2:3 dolaylarında olması genel kabul görmektedir. Bu oran aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Çabuk ve Lazol, 2008: 185);

$$\text{Yabancı Kaynaklar Vade Yapısı Oranı} = \frac{\text{K.V.Y.K.}}{\text{U.V.Y.K.} + \text{K.V.Y.K.}}$$

**l) Dönen Varlıkların Aktif Toplamına Oranı:** Bu oran, bir işletmenin dönen varlıklarının toplam varlıkları içerisindeki payını ölçmek amacıyla kullanılmaktadır. Söz konusu oran Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Sektör Bilançoları çalışmasında sektörlerin performansının ölçülmesinde kullanılmakta ve aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (<http://www3.tcmb.gov.tr/sector/2015/Raporlar/oran.pdf>);

$$\text{Dönen Varlıkların Aktif Toplamına Oranı} = \frac{\text{Dönen Varlıklar}}{\text{Varlık (Aktif) Toplamı}}$$

**m) Maddi Duran Varlıkların Aktif Toplamına Oranı:** Bu oran, bir işletmenin maddi duran varlıklarının toplam varlıkları içerisindeki payını ölçmek amacıyla kullanılmaktadır. Söz konusu oran Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Sektör Bilançoları çalışmasında sektörlerin performansının ölçülmesinde kullanılmakta ve aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (<http://www3.tcmb.gov.tr/sector/2015/Raporlar/oran.pdf>);

$$\text{Maddi Duran Varlıkların Aktif Toplamına Oranı} = \frac{\text{Maddi Duran Varlıklar(Net)}}{\text{Varlık (Aktif) Toplamı}}$$

**n) Borç-Özkaynak Oranı:** Söz konusu oran, işletmenin finansal kaldıraç derecesi olarak da adlandırılmakta ve işletmeye kreditorlerin ve ortakların ne düzeyde katkı sağladığını ortaya koymaktadır (Okka, 2005: 90). Bu oran aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Akgüç, 2011: 452);

$$\text{Borç – Özkaynak Oranı} = \frac{\text{Toplam Yabancı Kaynaklar}}{\text{Özkaynaklar}}$$

Bu oranın 1 olması özkaynak borç dengesi açısından yeterli kabul edilmektedir. Bu oranın 1'den büyük olması durumunda üçüncü şahıslardan elde edilen fonların ortaklardan elde edilenlerden daha fazla olduğu söylenebilmektedir. Ters durumda ise işletmenin faaliyetlerini yerine getirmek için kullandığı iktisadi varlıkların çoğunluğunu özkaynaklarıyla sağladığı anlamına gelmektedir. Bununla beraber, oranın küçülmesi işletmenin kriz koşullarında zor durumda kalma riskini de düşürmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 182).

**o) Maddi Duran Varlıkların, Özkaynaklar + Yatırım Kredileri Toplamına Oranı:** Özkaynağın maddi duran varlıkların finansmanı hususunda yetersiz kaldığı durumlarda bu orana başvurulmaktadır. Bu oran ile normal koşullardan ne düzeyde uzaklaşıldığı ve yatırım kredilerinden ne oranda faydalandığı belirlenmektedir. Bu oranın 1'den büyük çıkması yatırımların tamamlanabilmesi için yatırım kredisi dışında yabancı kaynak kullanımına gidildiğini göstermektedir. Söz konusu oran aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Akdoğan ve Tenker, 2005: 623);

$$\frac{\text{Maddi Duran Varlıklar}}{\text{Özkaynaklar + Yatırım Kredileri(tahvilli borçlar dahil)}}$$



### 2.2.3.4.2.3. Faaliyet Oranları

Faaliyet oranları, aktif varlıkların işletmelerin faaliyetlerini yerine getirmek için ne derece etkin kullanıldığını ortaya koyan oranlardır. Bu oranlardan bir endüstriye mensup işletmelerin karşılaştırılması için faydalanılmaktadır. Dolayısıyla söz konusu oranlar, aktiflerinin kullanımı açısından işletmelerin etkinliğini göstermektedir (Bakır ve Şahin, 2009: 140).Varlık ve kaynakların kullanımına ilişkin bu oranlar; devir hızları, finansal verimlilik oranları ya da faaliyet oranları olarak da adlandırılmaktadır (Akgüç, 2011: 461).Faaliyet oranları, bilançodaki bazı özellikli kalemlerin satışlarının bir fonksiyonu olarak hesaplanmakta ve en önemli olanları aşağıda ayrıntılı bir şekilde açıklanmaya çalışılmaktadır (Usta, 2011: 114).

**a) Stok Devir Hızı:** Bu oran; işletmenin stok politikasının etkinliği, kredi riskinin derecesi ve stok kalitesi konularında yararlı bilgiler sağlamaktadır. İşletmenin dönen varlıkları içerisinde yer alan stoklarını paraya çevirebilme yeteneği kısa vadeli yabancı borçlarını ödeyebilmesi ile yakından ilgili bulunmaktadır (Usta, 2011: 114).Stok devir hızı, satılan malın maliyetiyle stokların oranlanması şeklinde hesaplanmaktadır ve stokların yılda kaç kez yenilediği hususunda bilgi sunmaktadır. Dolayısıyla, söz konusu oran, işletme stoklarının ne derece etkin yönetildiğinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Stok devir hızının artması, işletmenin likidite ve karlılığının yükseldiğinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Stok devir hızı aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Okka, 2005: 93; Elmas, 2015: 215);

$$\text{Stok Devir Hızı} = \frac{\text{Satışların Maliyeti}}{\text{Ortalama Stoklar}}$$

Bir yıldaki gün sayısının (360 yada 365) stok devir hızına oranlanmasıyla stok devir hızı gün bazında hesaplanabilmektedir ve stok devir süresi olarak ifade edilmektedir. Stok devir süresi, işletme stoklarının ortalama olarak stokta kaldığı süreyi belirtmektedir ve aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Akgüç, 2011: 463; Çabuk ve Lazol, 2008: 189-190);

$$\text{Stok Devir Süresi} = \frac{360 (365)}{\text{Stok Devir Hızı}}$$

**b) Alacak Devir Hızı:** Bu oran, bir işletmenin alacaklarının likiditesini ve tahsil etkinliğini göstermekte olup alacakların paraya dönüşüm çabukluğu olarak da adlandırılmaktadır. Alacaklar bilançoda önemli bir yere sahip olduğundan analiz edilmesi oldukça önemlidir. Alacakların devir hızı, işletme alacaklarının belli bir dönem içerisinde kaç kez tahsil edildiğini

göstermektedir. Alacak devir hızı aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Ceylan ve Korkmaz, 2010: 62);

$$\text{Alacak Devir Hızı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Ticari Alacaklar}}$$

Bir yıldaki gün sayısının alacakların devir hızına oranlanmasıyla da, ortalama tahsil süresine ulaşılmaktadır. Alacakların ortalama tahsil süresi, alacak devir hızını tamamlayıcı niteliktedir ve işletmelerin fonlarını ortalama olarak ne kadarlık bir süre zarfı için alacaklarına bağladıklarını ifade etmektedir. Söz konusu oran aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Çabuk ve Lazol, 2008: 188-189);

$$\text{Alacakların Ortalama Tahsil Süresi} = \frac{360 (365)}{\text{Alacak Devir Hızı}}$$

**c) Çalışma Sermayesi Devir Hızı:** Bu oran, çalışma sermayesinin ne düzeyde etkindeğerlendirildiğinisaptamak amacıyla hesaplanmaktadır. Bir işletmenin satış hacmi arttıkça stoklar ve alacakların artması sebebiyle daha fazla çalışma sermayesine gereksinim duyulur. Dolayısıyla çalışma sermayesi ile satışlar arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Söz konusu devir hızının artması,işletme lehine yorumlansa da bu artış çalışma sermayesi yetersizliğinden kaynaklanıyorsa olumsuz bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Çalışma sermayesi devir hızı aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Akgüç, 2011: 477);

$$\text{Çalışma Sermayesi Devir Hızı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Dönen Varlıklar}}$$

**d) Net Çalışma Sermayesi Devir Hızı:** Net çalışma sermayesi, dönen varlıklar ve kısa vadeli yabancı kaynaklar arasındaki farkı ifade etmektedir. Net çalışma sermayesi devir hızı ise net satışların, net çalışma sermayesine oranlanmasıyla hesaplanmaktadır. Oranın yüksek çıkması, net çalışma sermayesinin yetersiz olduğunun yanı sıra net çalışma sermayesinin etkin kullanıldığını ifade edebilir. Tersisi durum söz konusu ise, işletmenin aşırı net çalışma sermayesine sahip olduğu aynı zamanda da net çalışma sermayesinin etkin kullanılmadığını ifade edebilmektedir. Hangi durumun söz konusu olduğu farklı göstergeler dikkate alınarak değerlendirilmelidir. Net çalışma sermayesi ihtiyacı endüstrilere ve işletmelere göre farklılık gösterdiğinden bir standart söz konusu olmamaktadır. Net çalışma sermayesi devir hızı aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 191);

$$\text{Net Çalışma Sermayesi Devir Hızı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Net Çalışma Sermayesi}}$$

**e) Maddi Duran Varlıklar Devir Hızı:** Maddi duran varlıklar devir hızı, işletmenin atıl kapasitesinin bulunup bulunmadığını ve işletmenin hesaplamaya tabi değerlere aşırı yatırım yapıp yapmadığını ortaya koymaktadır. Söz konusu oranın düşük olması ya da zamanla düşüş eğiliminde olması işletmenin tam kapasite ile çalışmadığının bir göstergesi olarak kabul edilebilmektedir. Maddi duran varlıklar devir hızı aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Akgüç, 2011: 478);

$$\text{Maddi Duran Varlıklar Devir Hızı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Maddi Duran Varlıklar(Net)}}$$

**f) Duran Varlıklar Devir Hızı:** Bu oran, duran varlıklara yapılan yatırımın seviyesini belirlemek ve işletmenin sahip olduğu duran varlıkların etkinliğini ortaya koymak için kullanılmaktadır. Oranın genel olarak sanayi işletmelerinde 2 olması yeterlidir. Ayrıca söz konusu oranın artış eğilimi göstermesi, işletmenin duran varlıklarını verimli kullandığını ve kapasite kullanım oranının arttığını ifade ederken, oranın düşüş eğilimi göstermesi duran varlıkların verimli kullanılmadığını ve kapasite kullanım oranının düştüğünü ifade etmektedir. Duran varlık devir hızı aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Çabuk ve Lazol, 2008: 191-192);

$$\text{Duran Varlık Devir Hızı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Duran Varlıklar(Net)}}$$

**g) Özkaynak Devir Hızı:** Bu oran, işletmenin özkaynaklarının ne oranda etkin kullanıldığını ortaya koymaktadır. Oranın yüksek çıkması, işletmenin özkaynaklarını etkin bir şekilde kullandığı anlamına gelebileceği gibi işletmenin yoğun olarak yabancı kaynak kullandığını ve özkaynaklarının yetersiz olduğu anlamlarına da gelebilmektedir. Bu bağlamda, sağlıklı bir yoruma ulaşabilmek için söz konusu işletmenin geçmiş yıl oranlarıyla ve endüstrideki diğer işletme oranlarıyla mukayese edilmelidir. Oran aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Akgüç, 2011: 479);

$$\text{Özkaynak Devir Hızı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Özkaynaklar}}$$

**h) Aktif Devir Hızı:** Aktif devir hızı, bir işletmenin sermaye yoğunluğunun bir göstergesi ya da varlık kullanımının bir etkinlik ölçüsü olarak kabul edilmektedir. Söz konusu oran, işletme karlılığını belirleyici önemli göstergelerden biri olarak ifade edilmektedir. Diğer tüm şartlar aynı kaldığı takdirde, aktif devir hızı daha yüksek olan işletmelerin karlılık oranlarına ilişkin değerleri de yüksek olmaktadır. Bununla birlikte, bu oran risk derecesinin de bir ölçütü olarak kabul edilmektedir ve aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Bakır ve Şahin, 2009: 145-146);

$$\text{Aktif Devir Hızı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Aktif Toplamı}}$$

**İ) Ticari Borç Devir Hızı:** Ticari borç devir hızı, satışların maliyetinin ticari borçlara oranlanmasıyla hesaplanmakta ve ticari borçların yılda kaç kez ödendiğini göstermektedir. Kredili alımlar tutarı belirtilmediği takdirde bütün alımlar kredili gibi kabul edilip, satılan malın maliyeti ticari borçlara bölünmelidir. Ticari borç devir hızı, aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Okka, 2005: 94);

$$\text{Ticari Borç Devir Hızı} = \frac{\text{Satışların Maliyeti}}{\text{Ticari Borçlar}}$$

#### 2.2.3.4.2.4. Karlılık Oranları

Karlılık, işletmenin aldığı karar ve politikaların sayısal çıktısı olarak nitelendirilmektedir. Karlılık oranları, işletmenin varlık yönetiminin, borç yönetiminin ve likiditesinin birlikte işletmenin faaliyet sonuçlarına nasıl etki ettiğini ortaya koymaktadır (Ceylan ve Korkmaz, 2010: 71; Aydın, Başar ve Coşkun, 2014: 108). Karlılık oranları; kar ile sermaye arasındaki ilişkileri gösteren oranlar, kar ile satışlar arasındaki ilişkileri gösteren oranlar ve kar ile finansal yükümlülükler arasındaki ilişkileri gösteren oranlar olmak üzere üç ana grup içerisinde incelenmektedir.

##### 2.2.3.4.2.4.1. Kar ile Sermaye Arasındaki İlişkileri Gösteren Oranlar

İşletmelerin karı ve sermayeleri açısından ilişkileri mali rantabilite olarak ifade edilmektedir. Söz konusu oranlar ölçülürken işletmelerin net karı işletmelerin sahip olduğu ödenmiş efektif veya nominal öz sermayelerine oranlanabilir. Bu oranlar, işletme ortak ya da ortakları tarafından işletmeye sunulan sermayenin karlılığının ne derece olduğunu ölçmeye yönelik olarak hesaplanmaktadır (Akgüç, 2011: 484).

**a) Net Kar/Özkaynaklar Oranı:** Bu oran, işletmenin karlılığı değerlendirilirken, önemli bir göstergedir. Oran, işletme sahip ya da sahiplerince sağlanan sermayenin her bir birimine tekabül eden kar oranını belirtmektedir. Söz konusu oranın yeterliliği genel olarak sermayenin alternatif kullanım olanaklarıyla ilişkilidir. Çünkü işletmenin sermayesini daha karlı bir kullanım olanağı mevcut ise, söz konusu oran yüksek olsa bile yeterli bir sonuç olarak kabul etmek doğru olmamaktadır. Söz konusu oran, aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Akgüç, 2011: 483-484-485; Aydın, Başar ve Coşkun, 2014: 110);

$$\text{Net Kar/Özkaynaklar Oranı} = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Özkaynaklar}}$$

**b) Vergi Öncesi Kar/Öz Sermaye Oranı:** Bu oran, net kar / öz sermaye oranını tamamlamaktadır. Vergi oranlarında meydana gelen değişiklikler vergiden sonraki net karı etkilemektedir. Dolayısıyla öz sermaye karlılığının düşük çıkması, vergilerin yükselmesi gibi işletme dışı bir etkenden dolayı meydana gelmiş olabilir. Bu nedenle daha doğru yorumlamalarda bulunabilmek ve varsa vergi değişimindeki değişikliğin kara olan etkisini ölçmek için gelir veya kurumlar vergisinden önceki kar öz sermayeye oranlanmalıdır (Akgüç, 2011: 485);

$$\text{Vergi Öncesi Kar/Özkaynaklar Oranı} = \frac{\text{Vergiden Önceki Kar}}{\text{Özkaynaklar}}$$

**c) Finansman Giderlerinden Önceki Karın Pasif Toplamına Oranı:** Bu oran, işletmenin sahip olduğu kaynaklarını ne derece verimli kullandığını ortaya koymaktadır. Ekonomik verimlilik veya ekonomik rantabilite olarak da adlandırılan bu oran, işletmenin geçmiş yıl verileriyle ve endüstrideki diğer işletmelerle de kıyaslama yapmaya olanak sunmaktadır. Söz konusu oran aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Çabuk ve Lazol, 2008: 199-200);

$$\text{Ekonomik Rantabilite Oranı} = \frac{\text{Finansman Giderleri} + \text{Vergiden Önceki Kar}}{\text{Kaynak(Pasif) Toplamı}}$$

**d) Aktif Karlılık Oranı:** Bu oran, aktif varlıklara yapılan yatırımın bir faaliyet döneminde ne ölçüde net kar sağladığını ifade etmekte ve söz konusu yatırımın verimli ve etkin bir şekilde kullanılıp kullanılmadığı konusunda bilgi vermektedir. Hesaplama yapılırken hem vergi öncesi hem de vergi sonrası kar dikkate alınabilmektedir (Okka, 2005: 98; Çabuk ve Lazol, 2008: 196).

Söz konusu oran aşağıdaki gibi formüle edilmektedir  
(<http://www3.tcmb.gov.tr/sector/2015/Raporlar/oran.pdf>);

$$\text{Aktif Karlılık Oranı} = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Aktif Toplamı}}$$

**e) Faaliyet Karı / Faaliyetin Gerçekleştirilmesinde Kullanılan Varlık Oranı:** Bu oran, işletme varlıklarının toplamından mali duran varlıklarının arındırılmasından sonra geriye kalan işletme varlıklarının işletme karlılığına olan etkisini göstermektedir (Akaytay, Çatı ve Yücel, 2015: 54). Söz konusu oran aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır  
(<http://www3.tcmb.gov.tr/sector/2015/Raporlar/oran.pdf>);

$$\text{Faaliyet Karı/Faaliyetin Gerçek. Kul. Varlık. Oranı} = \frac{\text{Faaliyet Karı}}{\text{Varlık(Aktif) Top. - Mali Duran Varlık.}}$$

**f) Birikmeli (Kümülatif) Karlılık Oranı:** Birikmeli karlılık oranı, işletmenin kar dağıtım politikası ve uzun süreli karlılığı hakkında bilgi sunmaktadır. Söz konusu oran, hesaplanırken ve yorumlanırken dağıtılmamış karların ödenmiş sermayeye eklenip eklenmediği göz önünde bulundurulmalıdır. Eğer ekleniyorsa söz konusu oran anlamını kaybetmektedir. Birikmeli (kümülatif) karlılık oranı aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Akgüç, 2011: 487-488);

$$\text{Birikmeli(Kümülatif)Karlılık Oranı} = \frac{\text{Dağıtılmamış Karlar Toplamı(Yedekler)}}{\text{Net Aktif Toplamı}}$$

#### 2.2.3.4.2.4.2. Kar ile Satışlar Arasındaki İlişkileri Gösteren Oranlar

Bu grup içerisinde yer alan oranlar, kapsamlı gelir tablosu içerisinde yer alan karlılığa ilişkin çeşitli kalemler ile net satışlar arasındaki ilişkileri ifade etmektedir. Bu kar marjlarından her biri farklı bir noktaya dikkat çektiğinden ve toplam karlılığın oluşumunu ifade etmesi açısından büyük önem arz etmektedir (Elmas, 2015: 228). Söz konusu oranların, yüksek çıkması işletmeler açısından olumlu olarak değerlendirilmektedir (Ceylan ve Korkmaz, 2010: 73). Satışlara göre karlılığı ifade eden birbirinden farklı oranların birlikte ele alınması, işletme faaliyetlerinin ve faaliyet sonuçlarının daha net anlaşılmasına olanak vermektedir. Öte yandan, farklı gider kalemlerinin satışlara oranlanarak geçmiş dönemlere ilişkin karşılaştırmalar yapılması, meydana gelen olumlu ya da olumsuz gelişmelere sebep olan unsurlar konusunda da bilgiler sunmaktadır (Akgüç, 1998: 75).

**a) Brüt Satış Karı / Net Satışlar Oranı (Brüt Kar Marjı):** Brüt kar marjı, satış geliri başına, işletmenin sunduğu mal ya da hizmetlerin maliyetleri çıkarıldıktan sonra kalan kar oranını ifade etmektedir. Bu oranın işletmeler arasında değişkenlik göstermesi, satılan mal ya da hizmetlerin satış politikası hususundaki farklılıklardan ya da üretim maliyetlerinin etkin yönetilmesi hususundan kaynaklandığı ifade edilebilir. Söz konusu farklılık, işletmenin endüstrideki ve ekonomideki yerini ortaya koyması açısından önem arz etmektedir (Karapınar ve Zaif, 2013: 260). İşletme faaliyetlerinin etkin ve başarılı sayılabilmesi için amortismanı kapsayan satılan malın maliyeti, hammadde, işçilik ve genel üretim giderlerinin rakip işletmelere oranla daha düşük olması önem arz etmektedir. Öte yandan, brüt kar marjının yüksek olması istenmektedir. Bu oran aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Okka, 2005: 97);

$$\text{Brüt Kar Marjı} = \frac{\text{Brüt Kar}}{\text{Net Satışlar}}$$

**b) Faaliyet Karı / Net Satışlar Oranı (Faaliyet Kar Marjı):** Bu oran, işletmenin yerine getirdiği esas faaliyetlerin ne düzeyde karlı olduğunu ifade etmekte ve faaliyet kar marjı olarak da adlandırılmaktadır. Oranın yüksek olması veya bu yönde eğilim göstermesi olumlu olarak kabul edilmektedir. Oran, satılan malın maliyetinin veya satış giderlerinin artışı ve satış fiyatlarının değişimi sebepleriyle farklılık gösterebilmektedir. Söz konusu oran aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Berk, 2003: 49);

$$\text{Faaliyet Kar Marjı} = \frac{\text{Faaliyet Karı}}{\text{Net Satışlar}}$$

**c) Net Kar / Net Satışlar Oranı (Net Kar Marjı):** Net kar marjı, işletmenin gerçekleştirdiği her 1 TL'lik satışından elde etmiş olduğu net karı ifade etmektedir. İşletme faaliyetleri açısından kararlar alabilmek için net kar marjı ile brüt kar marjı birlikte düşünülmelidir. Ayrıca, faaliyet karı, olağan kar ve dönem karı satışlara bölünerek de karlılık oranları bulunabilmektedir. Bu şekilde hesaplanan karlılık oranlarından her biri gelir tablosundaki yeri ile ilişkiler kurularak değerlendirilmelidir. Bu oran aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Ceylan ve Korkmaz, 2010: 72);

$$\text{Net Kar Marjı} = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Net Satışlar}}$$

**d) Satılan Malın Maliyeti/Net Satışlar Oranı:** Satış tutarı içindeki satışların maliyet oranını ifade eden bu oran, işletmenin satış karlılığını 1'e tamamlamaktadır. Oranın düşük olması istenmekte fakat değerlerin tutarları da göz önünde bulundurulmalıdır. Söz konusu oranın, pay

ve payda kısmındaki kalemler, enflasyondan aynı düzeyde etkilendiğinden oranın sonucu enflasyondan etkilenmemektedir. Bu oran aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Çabuk ve Lazol, 2008: 198);

$$\text{Satışların Maliyeti Oranı} = \frac{\text{Satışların Maliyeti}}{\text{Net Satışlar}}$$

**e) Faaliyet Giderleri/Net Satışlar Oranı:** Söz konusu oran, toplam faaliyet giderlerinin dönem karı üzerindeki ağırlığını belirlemek amacıyla hesaplanmaktadır. Bununla beraber her bir faaliyet gideri unsurunun ayrı olarak net satışlara oranlanması suretiyle, her bir gider kaleminin net satışlar içerisindeki yüzdeliği saptanmaktadır. Bu oran aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Akdoğan ve Tenker, 2005: 636);

$$\text{Faaliyet Giderlerinin Net Satışlara Oranı} = \frac{\text{Faaliyet Giderleri}}{\text{Net Satışlar}}$$

**f) Faiz Giderleri/Net Satışlar Oranı:** Finansman giderleri, işletmeler açısından önemli boyutlara ulaştığından söz konusu oran işletmelerin karlılığı açısından dikkatle ele alınması gereken bir etkidir. Bu oran değerlendirilirken, finansman giderleri içerisinde üretilen malın maliyetinin payı olup olmadığı ve maddi duran varlık sağlamak için katlanılan finansman giderlerinin işletme döneminde de maddi varlıkların maliyetine eklenip eklenmediği göz önünde bulundurulmalıdır. Söz konusu oran aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Akgüç, 1998: 74);

$$\text{Faiz Giderleri/Net Satışlar Oranı} = \frac{\text{Finansman Giderleri}}{\text{Net Satışlar}}$$

#### 2.2.3.4.2.4.3. Kar ile Finansal Yükümlülükler Arasındaki İlişkileri Gösteren Oranlar

Bu grup içerisinde yer alan oranlar, işletmelerin finansal yükümlülüklerini karşılayabilmek için yeterli kaynak sağlayıp sağlayamadıklarını ve işletmelerin finansal yükümlülüklerini zamanında yerine getirip getiremeyeceklerini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, işletmelerin finansal kaldıraçtan faydalanma dereceleri hususunda da bilgi vermektedir (Akgüç, 1998: 75).

**a) Finansman Giderlerini Karşılama Oranı:** Bu oran işletmenin finansman giderlerini ödeme gücüne sahip olup olmadığını ve ödemek zorunda olduğu finansman giderlerini kaç kere



kazandığını ifade etmektedir. Finansman giderlerinin karşılanamaması işletmenin iflasına dahi sebep olabilmektedir. İşletmenin söz konusu giderlerini zor durumda kalmadan ödeyebilmesi için finansman giderleri ve dönem karı toplamının finansman giderlerinin 8 katı olması beklenmektedir. Söz konusu oran, aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Çabuk ve Lazol, 2008: 198-199);

$$\text{Finansman Giderlerini Karşılama Oranı} = \frac{\text{Finansman Giderleri} + \text{Dönem Karı}}{\text{Finansman Giderleri}}$$

**b) Net Kar + Faiz Giderleri / Faiz Giderleri Oranı:** Günümüzde, gelir ya da kurumlar vergisi oranları ciddi boyutlara ulaştığından, faiz karşılama oranının vergiden sonraki kar dikkate alınarak hesaplanması daha ihtiyatlı bir yaklaşım olmaktadır. Bu durumda söz konusu oranın 4:1 ya da 3:1 olması yeterli kabul edilmektedir. Bu oran, işletmelerin finansal yükümlülüklerini karşılama konusunda mali açıdan sıkıntıya düşmeden, gelirlerinin ne oranda azalabileceği konusunda bilgi vermektedir ve aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Akgüç, 1998: 76);

$$\text{Net Kar + Faiz Giderleri / Faiz Giderleri Oranı} = \frac{\text{Net Kar} + \text{Finansman Giderleri}}{\text{Finansman Giderleri}}$$

#### 2.2.3.4.2.5. Borsa Performans Oranları

Bu oranlar, işletmelerin menkul kıymet piyasalarında sergilemiş oldukları performansları ölçmek amacıyla hesaplanmaktadır. Söz konusu oranlar, özellikle potansiyel yatırımcılar tarafından dikkate alınır ve hisse senetlerinin değerlerini ortaya koyarak yatırımların seyrini belirleme hususunda katkı sağlamaktadır (Bakır ve Şahin, 2009: 148).

**a) Fiyat / Kazanç Oranı:** Bu oran, özellikle işletmeye yatırım yapmak isteyenler ve işletmeye yatırım yapmış olanlar tarafından dikkate alınmaktadır. Söz konusu oranın sonucu bir katsayıyı ifade etmekte ve büyüdükçe hisse senedinin değer kazandığı anlaşılmaktadır. Fiyat/kazanç oranı aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Çabuk ve Lazol, 2008: 200-201);

$$\text{Fiyat – Kazanç Oranı} = \frac{\text{İşletmenin Toplam Borsa Değeri}}{\text{Dönem Net Karı}}$$

**b) Piyasa Değeri / Defter Değeri:** İşletmenin borsa değerinin işletme öz kaynaklarının kaç katı olduğunu ifade etmekte olan bu oran, hisse senedi yatırımcıları için satın alma, elde tutma ya da

satma konularında fayda sağlamaktadır. Hesaplama sonucunda ortaya çıkan katsayının büyümesi hisse senedinin değer kazandığını ifade etmektedir. Ancak, söz konusu oran yorumlanırken sektör ortalamaları da dikkate alınmalıdır. Bu oran aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Bakır ve Şahin, 2009: 148);

$$\text{Piyasa Değeri} - \text{Defter Değeri} = \frac{\text{İşletmenin Toplam Borsa Değeri}}{\text{Özkaynaklar Toplamı}}$$

**c) Hisse Senedi Başına Kar:** Bu oran, işletmenin vergi sonrası karının hisse senedi sayısına oranlanmasıyla bulunmaktadır. Bu oranın yüksek olması, hisse başına temettünün yüksek olmasını sağlar. Dolayısıyla bu durum hisse senetlerinin pazar fiyatlarının yüksek olmasını sağlar ve ortakların varlıkları da artmaktadır. Bu oran aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Okka, 2005: 98);

$$\text{Hisse Başına Kar} = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Hisse Senedi Sayısı}}$$

**d) Kar Payı Verim Oranı:** Bu oran, temettü verim oranı olarak da adlandırılmaktadır. Kar payı verim oranı, hisse senedi için ödenen bedel karşılığında sağlanan verimliliği ortaya koymaktadır. Söz konusu aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Ceylan ve Korkmaz, 2010: 75);

$$\text{Kar Payı Verim Oranı} = \frac{\text{Hisse Senedi Başına Kar Payı}}{\text{Hisse Senedinin Borsa Fiyatı}}$$

### 3. LİTERATÜR TARAMASI

Çalışmanın bu bölümünde, konuya ilişkin literatür taramasına yer verilmiştir. Bu bağlamda, ilk olarak finansal performansın ölçülmesi hususunda yiyecek içecek endüstrisi dışındaki endüstrilere mensup işletmelere yönelik gerçekleştirilmiş çalışmalar, sonrasında ise yiyecek içecek endüstrisinde yer alan işletmelere yönelik olarak gerçekleştirilmiş çalışmalar özetlenmeye çalışılmıştır.

#### 3.1. Finansal Performansın Ölçülmesiyle İlgili Yiyecek İçecek Endüstrisi Dışındaki Endüstrilere Yönelik Gerçekleştirilen Çalışmalar

Bu bölümde, çeşitli finansal performans ölçüm yöntemleriyle yiyecek içecek endüstrisi dışında gerçekleştirilmiş olan çalışmalara yer verilmiş ve özetlenmeye çalışılmıştır.

Önal, Karadeniz ve Koşan (2006), çalışmalarında finansal analiz tekniklerinin otel işletmelerinde stratejik yönetim aracı olarak nasıl kullanılabileceği ve gerçekleştirilen analiz neticesinde finansal analiz tekniklerinin ne şekilde yorumlanabileceğini açıklamaktadırlar. Çalışmanın amacı, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren otel işletmeleri açısından finansal analizin önemini vurgulamak ve finansal analiz tekniklerinin otel işletmelerinde stratejik bir yönetim aracı olarak nasıl uygulanabileceğini göstermektir. Çalışma sonucunda, turizm endüstrisinde riskin çok yüksek olduğu dolayısıyla otel işletmeleri açısından geleceğe yönelik olarak alınacak stratejik yönetim kararları için finansal durumun sürekli olarak kontrol altında tutulması gerekliliği vurgulanmıştır. Ayrıca, turizm endüstrisindeki gelişmelerden dolayı finansal planlama ve finansal denetimin stratejik öneme sahip olduğu, işletmelerin finansal açıdan güçlü kalabilmek için finansal tabloları geniş ölçüde ve sürekli olarak dikkate almasının gerekli olduğu belirtilmektedir.

Kaderli (2006), çalışmasında İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören gıda endüstrisi işletmelerinin 1993-2002 yılları arasındaki finansal performansını oran analiziyle ölçmüştür. Çalışmanın sonucunda, performansı en yüksek olan işletmeler likidite durumu oranları açısından Banvit ve Tat Konserve, finansal yapı oranları açısından Tat Konserve ve Ülker, faaliyet oranları açısından Banvit ve Vanet ve kârlılık oranları açısından Tat Konserve ve Tukaş olarak gözlemlenmiştir. Performansları en düşük işletmeler ise, likidite, kaldıraç, faaliyet ve kârlılık oranları açısından tüm oranlar bağlamında Frigo-Pak Gıda ve Konfrut Gıda olduğu belirlenmiştir. Gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda ise, özkaynak karlılığının en çok net kar marjından etkilendiği saptanmıştır. Yapılan genel performans değerlemesi sıralamasına göre, gıda endüstrisi içerisinde yer alan işletmelerin menkul kıymetlerine yatırım yapacak yatırımcılar için Banvit, Tat Konserve ve Ülker gibi işletmeler

önerilmiş ve finansal performans açısından en düşük işletmelerin Frigo-Pak Gıda, Konfrut Gıda ve Merko Gıda olduğu vurgulanmıştır.

Perçin ve Ustasüleyman (2007), çalışmalarında İMKB'de işlem gören gıda ve tekstil işletmelerinin 2000-2002 yıllarındaki etkinliklerini belirlemek ve değerlendirmek için VZA (Veri Zarflama Analizi) ve Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksi yaklaşımlarını uygulamışlardır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda, 2002 yılı itibarıyla gıda işletmelerinin etkinliğindeki azalmanın tekstil firmalarına kıyasla daha az olduğunu belirlemişlerdir. Öte yandan, 2000-2002 yılları arasındaki süreçte tekstil ve gıda işletmelerinin verimliliğinde gerçekleşen azalmanın en önemli sebebinin teknik değişimde ortaya çıkan olumsuzluklar olduğu saptanmıştır.

Özgülbaş, Koyuncugil, Duman ve Hatipoğlu (2008), çalışmalarında 1994-2005 yılları arasında Türkiye'deki özel hastane endüstrisinin finansal performansını belirlemeye çalışmışlardır. İşletmelerin finansal durumları, finansal analiz tekniklerinden olan oran ve trend analizi yöntemleriyle ölçülmüş ve finansal performansa etki eden faktörlerin belirlenmesine yönelik olarak ise Man-Whitney U testi gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında toplam 797 özel hastaneye ilişkin veriler, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) kayıtlarından elde edilmiştir. Çalışma sonucunda, işletmelerin likidite açısından sıkıntı yaşamadıkları, kısa vadeli yabancı kaynak kullanımını arttırırken dönen varlık miktarlarını da arttırdıkları dolayısıyla olumlu finansal stratejiler sergiledikleri, fon ihtiyacını karşılamak için ağırlıklı olarak başvuru yabancı kaynak kullanımının yıllar itibarıyla düşüş eğiliminde olduğu ve özkaynak kullanımının arttığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, hastane işletmelerinin finansmanda uzun vadeli borçlanmadan ziyade kısa vadeli borçlanmaya gittikleri, alacak yönetiminde etkinliğin düşük olduğu ve dolayısıyla çalışma sermayesi devir hızını olumsuz etkilediği, özkaynak karlılığının ise 1996, 2002 ve 2005 yılları haricinde ortalama değere göre yüksek olmadıkları belirlenmiştir. Öte yandan, 422 hastane işletmesinin finansal performans düzeylerinin düşük; 375 hastane işletmesinin ise finansal performans düzeyinin yüksek olduğu ifade edilmiştir. Mann-Whitney U testine göre ise, hastane işletmelerinin finansal performans göstergesi olarak ele alınan net kar marjı üzerinde; likidite oranlarının hepsinin, finansal yapı oranlarından bazılarının, devir hızlarından stok ve çalışma sermayesi devir hızı dışındaki devir hızlarının ve karlılık oranlarından satılan malın maliyeti, faaliyet giderleri ve faiz giderlerinin net satışlara oranının istatistiksel açısından anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır.

Koçyiğit (2009), çalışmasında havayolu işletmelerinin finansal performansını belirlemek amacıyla tobin q oranları arasında yer alan ve hesaplamadaki kolaylığı nedeniyle literatürde sıkça tercih edilen Chung ve Pruitt (CPq) yaklaşımından ve işletme başarısını ölçen bazı finansal oranlardan yararlanmıştır. Çalışma 2005-2007 yılları olmak üzere 3 yıllık veriyi kapsamaktadır. Analiz, Star Alliance üyesi 21 havayolu işletmesinden halka açık olan 14 işletme için

gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda, tobin q oranına göre genel olarak işletmelerin kaynaklarını etkin olarak kullanamadıkları gözlemlenmiştir. Çalışma sonuçları bölgesel bazda incelendiğinde ise Star Alliance üyesi olan 14 halka açık havayolu işletmelerinin Asya-Pasifik, Kuzey Amerika ve Avrupa olmak üzere üç bölgeye ayrılmış olduğu ve Asya-Pasifik bölgesi işletmelerinin diğer bölgelere kıyasla daha iyi performans sergiledikleri belirlenmiştir. İşletme performansını ölçmeye yönelik olarak hesaplanan bazı finansal oranlar açısından ise, tobin q oranıyla PD/DD (Piyasa Değeri/Defter Değeri) oranı arasında anlamlı bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir.

Tektaş ve Tosun (2010), gıda endüstrisi için uluslararası bir performans kıyaslaması gerçekleştirmişlerdir. Araştırma kapsamında gerekli olan veriler, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'ndan (İMKB) ve New York Menkul Kıymetler Borsası'ndan (NYSE) yararlanılarak elde edilmiştir. Bu bağlamda, esas faaliyeti gıda üretimi olan İMKB'den 23, NYSE'den ise 41 işletme çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. Dolayısıyla, Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri'nde halka açık gıda işletmelerinin tedarik zinciri performansları veri zarflama analizi (VZA) ile ölçülmüştür. Sonuç olarak, Amerika'daki işletmelerin performanslarının Türkiye'deki işletmelere kıyasla göreceli olarak daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Herciu, Ogrea ve Belascu (2011), çalışmalarında en karlı işletmelerin yatırımcılar için çoğu zaman en cazip işletmeler olmadıkları hipotezini kanıtlamak amacıyla Fortune ekonomi dergisine göre 2009 yılına ilişkin olarak dünya genelindeki en karlı 20 işletmenin DuPont analizini gerçekleştirmişlerdir. Bu bağlamda, söz konusu işletmelerin satış, aktif ve özkaynak karlılıklarını hesaplamışlardır. Çalışma sonucunda, hesaplanan özkaynak karlılığı incelendiğinde Fortune dergisine göre dünyanın en yüksek karına sahip işletmesi Gazprom 'un özkaynak karlılığı sıralamasında ilk 14 de yer almadığı belirlenmiştir. Özkaynak karlılığı açısından ilk iki sırada IBM ve Microsoft yer almaktadır. Öte yandan, en yüksek özkaynak karlılığı değerine sahip olan işletmenin ise en yüksek net kar tutarına sahip olmadığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, aktif karlılığı ve satış karlılığına göre yapılan işletme sıralamalarında da farklılaşmalar olduğu gözlemlenmiştir.

Dursun ve Erol (2012), çalışmalarında deniz ve kıyı sularında yük taşımacılığı gerçekleştiren işletmelerin finansal performansını ortaya koymaya çalışmışlardır. Çalışma kapsamında gerekli olan veriler, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından yayımlanan denizyolu yük taşımacılığı endüstrisine ilişkin finansal tablolardan ve oranlardan elde edilmiştir. Çalışma kapsamında ele alınan finansal oranlar, endüstrinin geçmiş faaliyet dönemindeki oranları ve endüstrinin bulunduğu ana endüstri oranları ile karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Çalışma sonucunda, işletmelerin likidite sorunun olmadığı ve kısa vadeli borçlarını ödeyebilme kabiliyetinde oldukları görülmüştür. Bununla birlikte, işletmelerin ağırlıklı olarak duran varlıklara sahip oldukları, fon ihtiyaçlarını karşılamak için ağırlıklı olarak

yabancı kaynak kullanımına gittikleri ve bu yabancı kaynakların büyük bir kısmının uzun vadeli yabancı kaynaklardan oluştuğu, endüstride yaşanan büyümeye rağmen, karlılığın düştüğü ve 2010-4 bilanço dönemine ilişkin olarak 41 işletmenin kar ettiği ve 27 işletmenin ise zarar ettiği ifade edilmiştir.

Aytekin ve Sakarya (2013), Borsa İstanbul(BIST) gıda, içki ve tütün endüstrisinde faaliyet gösteren 20 gıda işletmesinin finansal performanslarını TOPSİS yöntemi ile incelemişlerdir. Bu amaçla çalışmada bu işletmelerin 2009-2012 yıllarına ait finansal tablolarından yararlanılarak 10 finansal oran kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, 2008 küresel finans kriz sonrasında işletmelerin finansal performansları incelendiğinde art arda tüm yıllar bağlamında en iyi performansı sergileyen bir işletmenin var olmadığını belirlemişlerdir.

Dizkırıcı (2014), çalışmasında BIST gıda, içecek endeksine kote işletmelerin 2010-2012 yıllarına ilişkin finansal performansını belirlemek amacıyla veri zarflama analizi gerçekleştirmiş ve Malmquist Endeksine göre karşılaştırmalı olarak yorumlamıştır. Çalışma sonucunda, 16 işletmeden 8 tanesinin baz yıllarda negatif karlılık oranlarına sahip olmaları nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Baz yıllar bağlamında, her bir yıl için AEFES, PNSUT ve ULKER işletmelerinin verimli olduğu belirlenmiştir. Baz yılların ikisi içerisinde ise COLLA, KNFRT ve PETUN işletmelerinin; ilgili süreçte birer kez ise TATKS ve PENGD işletmelerinin verimli olduğu gözlemlenmiştir. Öte yandan, hem veri zarflama analizi bağlamında her bir yıl için verimli görülen hem de Malmquist Endeksi bağlamında her bir yıl toplam faktör verimliliği değeri artış gösteren tek işletmenin ULKER olduğu saptanmıştır.

Karadeniz, Kahiloğulları ve Kılıç (2015), çalışmalarında Türkiye’de karayolları yolcu taşımacılığı yapan işletmelerin finansal performansını analiz etmişlerdir. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’ndan (TCMB) elde edilen sektör bilançolarıyla kara taşımacılığı ile yapılan diğer yolcu taşımacılığı alt endüstrisinin 2010, 2011 ve 2012 yıllarındaki finansal tablolarına oran analizi uygulanmıştır. Analizin sonunda endüstriye ait varlık yapısının sabit varlık ağırlıklı olduğu saptanmıştır. Likidite oranları bağlamında endüstriye ait likidite durumunun zayıf olduğu ve net çalışma sermayesinin negatif olduğu ortaya konmuştur. Endüstriye ait finansal yapının çoğunlukla yabancı kaynaklardan oluştuğu, özkaynaklarının eridiği ve yüksek finansal risk taşıdığı belirlenmiştir. Varlık kullanım oranları açısından da endüstrideki işletmelerin varlıklarını iyi kullanmadığı gözlemlenmiştir. Endüstri karlılık oranlarına göre ise bahsedilen oranların analiz süre zarfında negatif değerde olduğu gözlemlenmiştir.

Karadeniz ve Kılıç (2015), çalışmalarında deniz ve kıyı sularında yolcu taşımacılığı yapan işletmelerin finansal performansını oran analizi yöntemiyle ölçmüşlerdir. Çalışma, 2010-2012 yılları arasındaki 3 yıllık süreyi kapsamaktadır. Çalışmanın amacına yönelik olarak, gerekli olan veriler Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’nın yayınladığı kara ve deniz sularında yolcu taşımacılığı alt endüstrisine ilişkin sektör bilançoları ve gelir tabloları yararlanılarak elde

edilmiştir. Çalışma sonucunda, endüstrinin likidite yapısının zayıf olduğu ve endüstriyi meydana getiren işletmelerin kısa vadeli yabancı kaynaklarını karşılama hususunda sıkıntı yaşadıkları, finansal yapısının yoğun olarak yabancı kaynaklardan oluştuğu ve finansal açıdan yüksek risk taşıdığı belirtilmiştir. Bununla birlikte, verimlilik oranları açısından işletmelerin varlıklarını etkin kullanamadıkları, karlılık oranları açısından ise düşük oranlar söz konusu olsa da analiz sürecindeki yıllar bağlamında artış eğiliminde olduğu gözlemlenmiştir.

Bansal ve Khosla (2015), çalışmalarında Hindistan'da faaliyet gösteren beş yıldızlı 10 adet otel işletmesinin çalışma sermayelerini verimli bir şekilde yönetip yönetmediklerini incelemişlerdir. Çalışmanın amacı doğrultusunda gerekli olan veriler hem birincil hem de ikincil kaynaklardan yararlanılarak toplanmıştır. Çalışma sermayesi yönetimine ait politika ve uygulamalarını inceleyebilmek için birim yöneticileriyle görüşülmüş ve anketle desteklenmiştir. Buna ek olarak, işletmelere oran analizi tekniği içerisinde yer alan likidite ve mali yapı oranları uygulanmıştır. Analizler için işletmelerin Hindistan'da faaliyet gösteren beş yıldızlı 10 adet otel işletmesi yılları arasındaki finansal verileri kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda otel işletmelerinden kamuya ait olan TheAshok işletmesinin diğer otellere kıyasla mevcut varlıklarının çok yüksek düzeyde olduğu saptanmıştır. Clarks ve TheAshok işletmelerinin dönen varlıklarını finanse etmek için kesin bir politika izlemedikleri, cari oran ve asit-test oranı sonuçlarına göre, HyattRegency ve VasantContinentalandSiddarth işletmelerinin likidite problemi yaşadığı, Taj işletmesinin ise likit varlıklarının gereksiz yere sürekli olarak yüksek seviyede tuttuğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlar, regresyon sonuçlarıyla da desteklenmiştir. Kalan otellerin ise, risk ve getiri arasında bir denge sağlamak için çok çalıştıkları ve sonuç olarak makul derecede iyi bir likidite pozisyonu sürdürdüklerini gözlemlemişlerdir. HyattRegency ve Radisson işletmelerinin alacak tahsil sürelerinin çok düşük olduğu dolayısıyla, etkin tahsilât politikalarının olduğu ve borçluların daha iyi yönetildiği sonucuna ulaşmışlardır. Ancak, başta TheAshok, The Grand, TheOberoi otel işletmeleri ve seçilmiş diğer işletmelerin de karlılığı ve likiditeyi iyileştirmek için alacak politikalarını gözden geçirmelerinin gerekliliği vurgulanmıştır. TheOberoi ve The Grand otel işletmeleri açısından nakit yönetiminin verimli olmadığı ancak, Clarks, The Park ve Radissonotel işletmeleri açısından nakit yönetiminin vurgulanması gereken bir sorun olmadığını belirtmişlerdir.

İskenderoğlu, Karadeniz ve Ayyıldız (2015), çalışmalarında Türkiye ve Avrupa enerji endüstrisinin finansal performansını belirlemek amacıyla finansal analiz türlerinden biri olan oran analizi yöntemiyle karşılaştırmalı bir analiz gerçekleştirmişlerdir. Çalışma, 2009-2012 yılları arasındaki 3 yıllık bir süreyi kapsamaktadır. Çalışmanın amacına yönelik olarak, gerekli olan veriler Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın yayınladığı sektör bilançoları ve gelir tabloları yararlanılarak elde edilmiştir. Avrupa enerji endüstrisine ilişkin veriler ise sağlıklı olarak verilerine ulaşılan 79 işletmenin bilanço ve gelir tablolarından elde edilmiştir. Bu

bağlamda, Avrupa enerji endüstrisine ilişkin oranların ortalamaları hesaplanmıştır. Analiz kapsamında, Türkiye ve Avrupa enerji endüstrisi işletmelerinin ortalamaları 2009-2012 yılları arasındaki likidite, finansal yapı, devir hızı ve karlılık oranları açısından analiz edilmiş ve karşılaştırılmıştır. Sonuç olarak, Avrupa enerji endüstrisi işletmelerinin likidite ortalamaları açısından daha yüksek ortalamalar sergilediği belirlenmiştir. Finansal yapı oranları açısından hem Türkiye hem de Avrupa enerji endüstrisi işletmelerinin özkaynaklara kıyasla daha fazla yabancı kaynaklardan yararlandıkları ve Türkiye enerji endüstrisi işletmelerinin Avrupa enerji endüstrisi işletmelerine kıyasla daha fazla kısa vadeli borçlanma yoluna gittikleri saptanmıştır. Devir hızı oranları açısından Avrupa enerji endüstrisi işletmelerinin aktiflerinden, çalışma sermayelerinden, alacaklarından ve özkaynaklarından daha etkin yararlandıkları gözlemlenmiştir. Karlılık oranları açısından ise, genel olarak farklı karlılık oranları açısından Avrupa enerji endüstrisi işletmelerinin daha yüksek oranlara sahip olduğu belirlenmiştir.

Kahiloğulları ve Karadeniz (2015) çalışmalarında, hisseleri Türkiye ve Avrupa borsalarında işlem gören halka açık konaklama işletmelerinin finansal yapılarını belirlemek amacıyla finansal analiz tekniklerinden biri olan oran analizi yöntemini kullanmışlardır. Çalışma amacına yönelik olarak, Türkiye’de Borsa İstanbul’da işlem gören 12 konaklama işletmesi ile 10 Avrupa ülkesindeki borsalarda işlem gören 51 konaklama işletmesi, toplamda 63 konaklama işletmesi çalışma kapsamına alınmıştır. Çalışma için gerekli olan veriler, Bloomberg Businessweek internet sitesinden ve Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP)’ndan elde edilmiştir. Çalışma, 2011-2013 yılları olmak üzere 3 yıllık süreci kapsamaktadır. Çalışma kapsamında yer alan işletmelerin finansal tablolarından yararlanılarak 10 adet finansal yapı oranı hesaplanmış ve karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Çalışma sonucunda, Avrupa borsalarında işlem gören konaklama işletmelerinin ağırlık olarak yabancı kaynak kullandıkları, Türkiye’deki konaklama işletmelerinin ise daha çok özkaynaklarla finanse edildiği gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, Türk konaklama işletmelerinin toplam yabancı kaynaklar içerisindeki kısa vadeli yabancı kaynak kullanımının Avrupa konaklama işletmelerinin ortalamasından daha yüksek olduğu ve uzun vadeli yabancı kaynak oranlarının ise Avrupa konaklama işletmelerinin gerisinde oldukları ve uzun vadeli fon yaratma konusunda sıkıntı yaşadıkları belirlenmiştir. Öte yandan, Avrupa konaklama işletmelerinin finansal kiralamayı tercih ettikleri ancak Türk konaklama işletmelerinin finansal kiralamayı tercih etmedikleri saptanmıştır.

Şen, Zengin ve Yusubov (2015), bir otel işletmesinin mali tablolarını finansal analiz tekniklerini kullanarak ölçmüşler ve otel işletmesinin hedeflerine ulaşmada finansal analizin önemini vurgulamışlardır. Yapılan finansal analiz sonucunda ise işletmenin varlık-kaynak yapısında dengesizlik olduğu, işletmenin likidite yetersizliği içinde bulunduğu, aşırı borçlanma sonucunda oluşan yüksek finansman giderleri ve mali yönetim eksikliğinden dolayı sermayenin sürekli erimesi gibi sorunların olduğu gözlemlenmiştir.



Arif, Jannat ve Anwar (2016), Bangladeş'in en büyük turist destinasyonu olan Cox'sBazar'ın otel endüstrisi fizibilitesini güçlendirmek amacıyla finansal tablolar analizi ve karşılaştırmalı analiz gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda, Cox'sBazar'ın 5 popüler yerel oteli örneklem olarak belirlenmiştir. Çalışma, 2011-2015 yılları arasındaki 5 yılı kapsamaktadır. Bilgi toplamak için, standart yöntemlerden yararlanılmış; birincil ve ikincil veriler kaynak olarak kullanılmıştır. Çoğu bilgi, görüşme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Bu bağlamda, kalitatif ve kantitatif yöntemlerden yararlanılmıştır. Mali tablolar ise, ikincil bilgi kaynağı olarak kullanılmış ve bireysel otel performansları ölçülmüştür. Analiz sonucunda, Cox'sBazar'ın 5 yıllık süreç içerisinde her yıl bir önceki yıla göre performanslarının daha iyi olduğu, geri ödeme süresi, geri dönüş oranı ve net bugünkü değer gibi popüler sermaye bütçeleme teknikleri açısından olumlu sonuçlar verdiği görülmüştür. Öte yandan, turizm ve ağırlama endüstrisinin finansal anlamda başarılı olduğu ve gün geçtikçe yatırımcı sayısını arttıran aydınlatıcı ve karlı bir geleceği olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Karadeniz (2016), çalışmasında Türkiye hastane hizmetleri alt endüstrisinin finansal performansını belirlemek ve endüstrinin finansal performansına yönelik öneriler sunmak amacıyla finansal analiz tekniklerinden biri olan oran analizini gerçekleştirmiştir. Çalışma kapsamında, TCMB'nin yayımladığı hastane hizmetleri alt endüstrisine ilişkin sektör bilançolarından yararlanılmıştır. Çalışma 2011-2012-2013 yılları olmak üzere üç yıllık veriyi kapsamaktadır. Çalışmanın amacına yönelik olarak, hastane hizmetleri alt endüstrisini oluşturan 129 hastanenin konsolide bilanço ve gelir tablolarından faydalanarak her bir yıl 21 olmak üzere analiz süresi dahilinde toplamda 63 finansal oran hesaplanmış ve elde edilen oranlar standartlarla ve yıllar itibarıyla meydana gelen değişimlerle yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda, işletmelerin likidite durumlarının zayıf olduğu, kısa vadeli yükümlülükleri yerine getirme hususunda sıkıntı yaşadıkları, varlık yapılarının ağırlıklı olarak duran varlıklardan meydana geldiği, özkaynaklarının zayıf olduğu ve endüstrinin ağırlık olarak borçla finanse edildiği, 2011 ve 2013 yılları arasında satışlar, aktifler ve özkaynak üzerinden elde edilen karlılıkların da negatif olduğu gözlemlenmiştir.

Karadeniz ve Beyazgül (2016), çalışmalarında Türkiye'de ve bazı Avrupa ülkelerinde halka açık turizm işletmelerinin nakit dönüşüm sürelerini karşılaştırmalı olarak analiz etmişlerdir. Çalışmanın amacına yönelik olarak, hisseleri Borsa İstanbul (BIST)'da işlem gören 9 turizm işletmesi ile 10 Avrupa ülkesinin borsalarında işlem göre 40 turizm işletmesi olmak üzere toplamda 49 halka açık turizm işletmesi çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır. Çalışma, 2011-2014 yılları arasındaki süreç dâhilinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda, Türkiye'de faaliyet gösteren halka açık turizm işletmelerinin ortalama nakit dönüşüm sürelerinin Avrupa'da faaliyet gösteren işletmelere kıyasla daha uzun olduğu gözlemlenmiştir. Gerçekleştirilen korelasyon analizine göre ise Türkiye ve Avrupa turizm işletmelerinin nakit

dönüşüm süreleri, stok ve alacak devir süreleriyle pozitif yönde kuvvetli bir ilişki olduğu ancak ticari borç devir süresiyle zayıf bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte, çalışma kapsamında dikkate alınan tüm yıllarda Türkiye ve Avrupa turizm işletmeleri arasında alacak devir süresi açısından, 2011 yılında ise nakit dönüşüm süresi açısından istatistiksel bağlamda anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir.

Kim (2016), çalışmasında Kore'de bulunan 7 gıda dağıtım işletmesinin karşılaştırmalı oran analizini gerçekleştirmiştir. Çalışmanın amacına yönelik olarak, periyodik değişimleri göstermek için DuPont analizi uygulanmış ve işletmelerin aktif ve özkaynak karlılıkları ölçülmüştür. Çalışma 2013-2015 yılları olmak üzere 3 yıllık veriyi kapsamaktadır. Çalışma sonucunda, söz konusu 7 işletme içerisinde bir işletme hariç (DaesangBestco), diğer tüm işletmelerin kendi endüstrilerinde karlı işletmeler olduğunu ifade eden pozitif oranlar gösterdiği görülmüştür. Ayrıca işletmelerin artan kaldıraç oranları olduğu, bu durumun da işletmelerin finansal performansı üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir.

Karadeniz, Beyazgül, Dalak ve Günay (2017), çalışmalarında Borsa İstanbul'da işlem gören turizm işletmelerinin finansal performanslarını ortaya koymak amacıyla finansal analiz tekniklerinden biri olan dikey analiz yöntemini uygulamışlardır. Bu bağlamda, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)'nin yayımladığı konaklama ve yiyecek içecek endüstrisinin finansal tabloları ve Borsa İstanbul (BIST)'da işlem gören 10 turizm işletmesinin finansal tablolarından yararlanılmış ve varlıkların, kaynakların ve karların dağılımı karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Çalışma 2014 yılına ilişkin olarak gerçekleştirilmiş ve çalışma sonucunda, Borsa İstanbul'da işlem gören turizm işletmelerinin varlık dağılımlarının endüstriyle benzerlik gösterdiği ancak duran varlıklar içerisinde yer alan maddi duran varlıkların endüstriye kıyasla daha yüksek bir paya sahip olduğu belirlenmiştir. Kaynak dağılımı açısından ise, Borsa İstanbul turizm işletmelerinin özkaynaklarının çok yüksek olduğu ancak endüstrinin ise yabancı kaynak ağırlıklı olduğu gözlemlenmiştir. Halka açık turizm işletmeleri ile endüstrinin satışların maliyeti ve genel yönetim giderleri açısından benzer yüzdelere sahip oldukları belirlenmiştir. Karlılık açısından incelendiğinde ise, endüstri %5 civarında bir dönem karına sahipken; AYCES, ULAS ve UTPYA işletmelerinin dönem kar marjları bakımından zararda oldukları fakat bu işletmeler dışında genel olarak işletmelerin endüstriye kıyasla çok daha fazla kar marjlarına sahip oldukları belirlenmiştir. Dolayısıyla, halka açık turizm işletmelerinin dönem karı ya da zararının satışlardan ziyade faaliyet dışı gelir ve giderlerden etkilendiği vurgulanmıştır.

Karadeniz ve Koşan (2017), çalışmalarında hastane endüstrisinin aktif ve özkaynak karlılık performansını DuPont analiz tekniği ile incelemişlerdir. Çalışmanın amacına yönelik olarak gerekli olan veriler, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)'nin yayımlamış olduğu, hastane hizmetleri endüstrisine ilişkin sektör bilançoları yoluyla elde edilmiştir. Çalışma

amaçlarına yönelik olarak, 2012, 2013 ve 2014 yıllarına ilişkin hastane hizmetleri endüstrisini meydana getiren 126 hastanenin konsolide bilanço ve gelir tabloları kullanılmıştır. Çalışmada, söz konusu endüstrinin satış, aktif ve özkaynak karlılık performansları DuPont finansal analiz sistemiyle ölçülmüş ve çalışma sonucunda 2012 ve 2014 yılları için satış, aktif ve özkaynak karlılığı değerlerinin pozitif gerçekleştiği ancak 2013 yılında ise negatif gerçekleştiği saptanmıştır. Sektörün gelir tabloları değerlendirildiğinde, satışların maliyeti içerisinde en yüksek paya satılan hizmet maliyetinin, faaliyet giderlerinde ise en yüksek payın genel yönetim giderleri ve diğer giderler içerisinde ise kambiyo zararlarının olduğu belirlenmiştir. Sektör bilançoları değerlendirildiğinde ise, endüstrideki yabancı kaynak kullanımının yüksek olduğu ve yıllar itibarıyla artış eğiliminde olduğu gözlemlenmiştir.

Karadeniz, Koşan, Günay ve Beyazgül (2017), çalışmalarında Türk imalat endüstrisini meydana getiren alt endüstrilerin finansal performansını Gri İlişkisel Analiz (GİA) yöntemiyle ölçmüşlerdir. Bu amaçla 2012-2014 yılları arasındaki sektör oranları, TCMB istatistiklerinde yer alan Sektör Oranları ve Standart Oranlardan elde edilmiştir. Çalışmada, imalat endüstrisinde yer alan 21 alt endüstrinin TCMB sektör oranları likidite, finansal yapı, varlık kullanım ve karlılık oranları açısından değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda, dikkate alınan süreç ve kullanılan yöntem itibarıyla alt endüstrilerin performanslarına etkileyen en kritik göstergenin finansal yapı oranları olduğu gözlemlenmiştir. Literatürde yapılan birçok çalışmaya göre karlılık göstergesi en önemli gösterge olmasına karşın söz konusu çalışmada ikinci sırada, likidite göstergesi üçüncü sırada ve varlık kullanım göstergesi dördüncü sırada yer almıştır. Öte yandan, ilgili yıllar içerisinde değerlendirilen ve tüm göstergeler bakımından ele alınan bütün oranların GİA ile gerçekleştirilen analizi sonucunda Tütün Ürünleri İmalatı, Kok Kömürü ve Rafine Edilmiş Petrol Ürünlerinin İmalatı ve İçeceklerin İmalatı en başarılı performansa sahip üç alt endüstri olmuştur. En düşük performans gösteren alt endüstrinin ise Gıda Ürünlerinin İmalatı olduğu belirlenmiştir.

### **3.2. Finansal Performansın Ölçülmesiyle İlgili Yiyecek İçecek Endüstrisine Yönelik Gerçekleştirilen Çalışmalar**

Çalışmanın bu bölümünde, yiyecek içecek endüstrisine yönelik olarak gerçekleştirilmiş finansal performans ölçüm yöntemlerine ilişkin araştırmalara yer verilmiş ve söz konusu çalışmalar özetlenmeye çalışılmıştır.

Kim ve Ayoun (2005), ağırlama endüstrisi üzerine gerçekleştirdikleri çalışmalarında konaklama, restoran, havayolu ve eğlence alt endüstrilerini oran analizi yardımı ile karşılaştırmışlardır. Çalışmada ağırlama endüstrisi içerisinde yer alan söz konusu dört ana endüstrinin 1997-2001 yıllarına ilişkin finansal verileri kullanılmıştır. Analiz sonucunda ise

ağırlama endüstrisinin dört ana endüstri arasında istatistiksel olarak farklılık gösterdiği ortaya konmuştur. Likidite açısından, eğlence ve rekreasyon hizmetleri endüstrileri dışında kalan tüm endüstrilerin başarılı olduğu belirlenmiştir. Varlık kullanım oranları dikkate alındığında, stok devir hızı, varlık devir hızı ve alacak tahsil süresi gibi varlık yönetimini ölçen oranlara göre, genel olarak restoranların varlıklarını analiz edilen endüstrilerin çoğuna göre daha etkili bir şekilde yönettikleri sonucuna ulaşılmış ve en verimli endüstrinin restoran hizmetleri olduğu belirlenmiştir. Öte yandan, karlılık ölçütlerinden olan aktif karlılık ve net kar marjı, konaklama ve havayolu endüstrisi için eğlence endüstrisinden önemli ölçüde daha yüksek olduğunu bununla birlikte restoran endüstrisinin ise aktif karlılık açısından eğlence endüstrisinden önemli ölçüde daha iyi olduğunu belirtmişlerdir.

Canina ve Carvell (2008), Compustat veri tabanında yer alan halka açık restoran ve üretim işletmelerinden 1994-2003 yılları arasındaki 10 yıllık süre boyunca yıllık finansal tablolarına ulaşılan 111 restoran işletmesinin likiditesini ölçmüşlerdir. Sahibi tarafından işletilen 36 restoran işletmesi ve franchise olarak faaliyet gösteren 75 restoran işletmesi analiz edilmiştir. Sonuçların sadece restoran işletmecilerine ve franchise işletmelere özgü olmadığını göstermek için imalat işletmeleri de her bir likidite ölçümü kapsamında incelenmiştir. Yine, 10 yıllık süreçte finansal tabloları bulunan toplam 2380 imalat işletmesi de çalışma kapsamına dahil edilmiştir. Analiz sonucunda ise, statik açıdan yenicari oran ve asit-test oranları açısından imalat işletmelerinin likiditelerinin yüksek olduğu, sahipleri tarafından yönetilen ve franchise olarak faaliyet gösteren restoran işletmelerinin likidite oranlarının standart değerlerin altında kaldığı ve kısa vadeli finansal risk taşıdıkları gözlemlenmiştir. İşletmelerin likidite durumlarını ve maruz kaldıkları finansal riskin daha net bir görünümünü elde etmek için dinamik yani cari oran nakit döngüsü ve net likidite dengesine ayrıştırılmıştır. Nakit dönüşüm döngüsü incelendiğinde, en kısa nakit dönüşüm süresine sahipleri tarafından işletilen işletmelerin sonrasında franchise işletmelerin olduğu en uzun sürenin ise imalat işletmeleri için söz konusu olduğu görülmüştür. Net likidite dengesine göre, hem franchise işletmelerin hem de sahipleri tarafından işletilen işletmelerin benzer seviyede oldukları öte yandan imalat işletmelerinin karşılaştırılan diğer işletmelerin 8-10 katı kadar yüksek bir seviyeye sahip olduğu görülmüştür. Net likidite dengesinin toplam aktiflere oranı incelendiğinde ise çalışma kapsamındaki üç grup arasında finansal likiditenin oldukça benzer olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Karadeniz, Kandır, İskenderoğlu ve Önal (2011), çalışmalarında oteller ve lokantalar endüstrisinin finansman kararlarını değerlendirmişlerdir. Çalışma kapsamında, oteller ve lokantalar endüstrisinin 1990-2008 yıllarına ilişkin konsolide bilançolardan yararlanılmış ve söz konusu veriler Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından yayımlanan sektör bilançolarından elde edilmiştir. Çalışma sonucunda, otel ve lokantalar endüstrisinin duran varlık ağırlıklı olduğu, yabancı kaynaklarla özkaynakların pasif toplamı içerisindeki ortalama

ağırlıklarının birbirine yakın olduğu, kısa vadeli yabancı kaynaklardan ziyade uzun vadeli yabancı kaynak kullanımına gittikleri gözlemlenmiştir. Öte yandan, analiz kapsamındaki yıllar içerisinde endüstride kullanılan devamlı sermayenin endüstrinin sahip olduğu sabit varlıkları karşılama yetersiz olduğu saptanmıştır.

Kim ve Gu (2013), çalışmalarında restoran endüstrisine ait lokanta zincirlerinden oluşan üç farklı temaya sahip 68 restoranın (tam hizmet veren restoranlar (41 işletme)-ekonomi/açık büfe restoranlar (14 işletme)-fastfood restoranları (13 işletme)) riskten arındırılmış performanslarını incelemiştir. Çalışma kapsamında endüstrinin 1996-2000 yılları arasındaki performanslarını karşılaştırmak üzere Sharpe, Treynor ve Jensen Endeksleri kullanılmıştır ve New York Borsası (NYSE), Amerikan Borsası (Amex) ve National Association of Securities Dealers Automatic Quotations (Nasdaq) Sistemi'nden yararlanılmıştır. Çalışmanın sonucunda fastfood restoranlarının en iyi performansı gösterdiği, ardından tam hizmet veren restoranların ve daha sonra ekonomi/büfe restoranlarının olduğu belirlenmiştir. Ayrıca üç restoran çeşidinin de performansının Pazar portföyünden daha düşük olduğu saptanmıştır.

Koşan ve Karadeniz (2014), çalışmalarında konaklama ve yiyecek hizmetleri alt endüstrisinin finansal performansını belirlemek amacıyla DuPont finansal analiz sistemini uygulamışlardır. Çalışmanın amacına yönelik olarak, konaklama ve yiyecek içecek hizmetleri alt endüstrisini oluşturan 453 işletmenin konsolide bilanço ve gelir tablolarından yararlanılarak oluşturulan sektörel finansal tablolardan yararlanılmıştır. Çalışma kapsamındaki veriler, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından yayımlanan 2010-2012 yıllarına ilişkin olarak analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda, satış karlılığı, aktif karlılığı ve özkaynak karlılığı açısından 2010 ve 2012 yıllarında değerlerin pozitif olduğu ancak 2011 yılında söz konusu değerlerin negatif gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Endüstrinin maliyet ve gider kalemlerinin yüksek olduğu aktif devir hızının arzu edilen düzeyde olmadığı ve yabancı kaynak kullanımının toplam kaynaklar içerisinde oldukça yüksek bir paya sahip olduğu ve yıllar itibarıyla artış eğiliminde olduğu dolayısıyla finansal riskin fazla olduğu belirlenmiştir. 2010 ve 2012 yıllarında özkaynak karlılık değerinin pozitif olduğu ancak 2011 yılında zarar edilmesi nedeniyle özkaynak karlılığının negatif olduğu görülmüştür.

Ngary, Smit, Bruwer ve Ukpere (2014), küçük ve orta ölçekli (KOBİ) fast-food işletmelerinin ticari hedeflerine ulaşmak için, KOBİ liderlerinin finansal performans ölçümlerinden ne derece ve ne sıklıkla yararlandıklarını belirlemek amacıyla betimsel bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Finansal kısıtlamalar nedeniyle olasılıksız örneklem yöntemi seçilmiştir. Bu bağlamda, Güney Afrika'nın başkenti Cape Town'un bir bölgesi olan Mowbray'da yer alan 1-100 arasında çalışanı olan, franchise edilmemiş, mevcut olarak fast-food endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler çalışmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırma yöntemi olarak 13 ana soru ve alt sorulardan oluşan anket kullanılmıştır. Ankette 5'li likert

ölçeği kullanılmıştır. Anketler 30 KOBİ sahip ya da yöneticilerinden oluşan katılımcı üzerinde gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, KOBİ'lerin kendi işlerinde finansal performans ölçütlerinden sınırlı bir ölçüde yararlandıkları ve kendilerine sunulan tüm finansal performans ölçümlerini en iyi şekilde kullanamadıkları saptanmıştır.

Karadeniz, İskenderoğlu, Beyazgül ve Zencir (2015), çalışmalarında konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri alt endüstrisindeki küçük, orta ve büyük işletmeler olmak üzere toplamda 453 işletmenin banka kredisi kullanım düzeylerini analiz etmişlerdir. Çalışma, 2010-2012 yılları arasındaki üç yıllık süreyi kapsamaktadır. Çalışma kapsamında gerekli olan veriler, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından yayımlanan sektör bilançolarından elde edilmiş ve elde edilen veriler ölçek bazında ayrı ayrı hesaplanmış ve ortalamaları alınmıştır. Çalışma sonucunda, ölçek ayrımı yapılmaksızın genel olarak endüstrideki işletmelerin aktiflerini ağırlıklı olarak yabancı kaynaklarla finanse ettikleri belirlenmiştir. Öte yandan, banka kredisi kullanım düzeyi analizi sonucunda ise küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin aktiflerinin en az 1/3'lük kısmının banka kredileriyle finanse ettikleri ve daha çok uzun vadeli banka kredisi kullanımına gittikleri gözlemlenmiştir. Analiz süresi içerisinde, küçük ölçekli işletmelerde yabancı kaynaklar içerisindeki banka kredilerinin kullanım oranının artış gösterdiği ancak orta ve büyük ölçekli işletmelerde ise azaldığı saptanmıştır.

Karadeniz, Dalak, Beyazgül ve Günay (2016), çalışmalarında konaklama ve yiyecek içecek hizmetleri alt endüstrisindeki küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin finansal performansını karşılaştırmalı tablolar analiz tekniği ile analiz ederek endüstrinin yıllar itibarıyla göstermiş olduğu değişimleri incelemiştir. Çalışmanın amacına yönelik olarak gerekli olan veriler, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)'nin yayımladığı konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri alt endüstrisinde yer alan toplam 493 küçük, orta ve büyük ölçekli işletmenin bilanço ve gelir tablolarından sağlanmıştır. Çalışma, 2012-2014 yılları olmak üzere 3 yıllık bir süreyi kapsamaktadır. Çalışma sonucunda, büyük ölçekli işletmelerde varlık ve kaynak yapısının dengeli olduğu, ancak orta ve küçük ölçekli işletmelerde bu dengenin sağlanmadığı yani dönen varlıklarda meydana gelen artışın kısa vadeli yabancı kaynaklarda meydana gelen artışın altında kaldığı belirlenmiştir. Gelir tablosundaki değişimler dikkate alındığında ise satışların maliyetinin büyük ve orta ölçekli işletmelerde satışlardan daha hızlı artış gösterdiği, ancak küçük ölçekli işletmelerde satışlardaki artışın altında kaldığı saptanmıştır. Bununla beraber genel yönetim giderlerinin, finansman giderlerinin ve kambiyo zararlarının tüm ölçeklerdeki işletmelerin karlılığını arttırması hususunda engel teşkil ettiği belirlenmiştir. Finansman giderleri dikkate alındığında ise ölçek ayrımı olmaksızın tüm işletmelerin banka kredileriyle borçlanma yoluna gittikleri ve maliyetlerinin yıllar itibarıyla artış eğiliminde olduğu gözlemlenmiştir.

Karadeniz, Koşan, Beyazgül ve Dalak (2016), çalışmalarında konaklama ve yiyecek hizmetleri alt endüstrisindeki işletmelerin ölçek bazında karşılaştırmalı fon akım analizlerini gerçekleştirmişlerdir. Çalışma kapsamında gerekli olan veriler, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından yayımlanan sektör bilançoları içerisinde yer alan fon akım tablosundan elde edilmiş ve çalışma 2014 yılına ilişkin olarak gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda, ölçek ayrımı olmaksızın işletmelerin sağladıkları fonları duran varlık yatırımlarında kullandıkları ve duran varlık yatırımlarını uzun vadeli banka kredileriyle karşılama eğiliminde oldukları belirlenmiştir. Büyük ve orta ölçekteki işletmelerin faaliyetler sonucunda fon kaynağı sağlayabildikleri ancak küçük ölçekteki işletmelerin sağlayamadıkları görülmüştür. Bununla birlikte, büyük ölçekteki işletmelerin diğer ölçekteki işletmelere kıyasla daha fazla ve daha çeşitli fon kaynağı sağlayabildikleri görülmüştür. Ayrıca, küçük ve büyük ölçekteki işletmelerin özkaynaklarındaki artışla fon yaratabildikleri ancak orta ölçekteki işletmelerin özkaynak artışıyla fon yaratamadıkları belirlenmiştir.

Planinc ve Kukanja (2016) çalışmalarında Slovenya'da yaşanan farklı sosyo-politik ve ekonomik değişikliklerin (örneğin, AB'nin uygulanması, AB'ye girme, ekonomik kriz vb.), Slovenya ekonomisini etkilemesinin yanında Slovenya restoran endüstrisine olan etkilerini araştırmışlardır. Çalışma 1994-2014 yılları arasındaki süreyi kapsamaktadır. Çalışma doğrultusunda Slovenya Cumhuriyeti Kamu Kurumu Kayıtları ve İlgili Hizmetler Kurumu (AJPES) tarafından sağlanan resmi mali veriler analiz edilmiştir ve literatür taramasına dayanarak, bir dizi finansal gösterge çalışmaya dahil edilmiştir. Ayrıca Slovenya'da son 20 yılda ulusal ekonomiyi etkileyen başlıca sosyo-politik ve ekonomik değişimlerle finansal sonuçlar sunularak yorumlanmıştır. Çalışmanın sonucunda restoran işletmelerinin dönen varlıklarıyla kısa süreli yükümlülükleri karşılayamadığı ve sermayesinin her geçen gün eriyerek borçlanmalarla karşı karşıya kaldığı gözlemlenmiştir. AB katılım sürecinin, Euro'nun ve AB başkanlığının tanıtımının net satış gelirleri üzerinde olumlu bir etkisi olduğunun ortaya çıkmasına rağmen finansal ve ekonomik krizin restoranların toplam finansal performansını olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Karadeniz, Beyazgül, Dalak ve Günay (2017), çalışmalarında Türk turizm endüstrisini meydana getiren konaklama, yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri, seyahat acentesi ve tur operatörlüğü faaliyetleri ve spor faaliyetleri, eğlence ve dinlence faaliyetleri alt endüstrilerinin finansman kararlarını karşılaştırmalı olarak analiz etmişlerdir. Çalışma kapsamında gerekli olan sektör bilançoları, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)'den elektronik posta yoluyla elde edilmiştir. Çalışma 2012-2014 yılları olmak üzere üç yıllık süreyi kapsamaktadır. Çalışma sonucunda, turizm alt endüstrilerinin daha çok yabancı kaynaklarla finansmanı tercih ettikleri ve yabancı kaynakların daha çok kısa vadeli yabancı kaynaklar olduğu gözlemlenmiştir. Seyahat acentesi ve tur operatörlüğü faaliyetleri dışındaki endüstrilerde varlık yapısının ağırlıklı olarak

duran varlıklardan oluştuğu belirlenmiştir. Öte yandan, turizm alt endüstrileri içerisinde yabancı kaynak oranının özkaynaklarının iki katından fazla olduğu ve dolayısıyla finansal riskin fazla olduğu belirlenmiştir.

Literatür taraması kapsamında yiyecek içecek işletmelerine ilişkin olarak incelenen çalışmalar neticesinde, çalışmaların çeşitli finansal performans ölçüm yöntemleriyle gerçekleştirildiği görülmüştür. Finansal performansın ölçülmesine yönelik olarak genelde karşılaştırmalı analiz yöntemine, DuPont analiz tekniğine, en çok da oran analizi tekniğine başvurulduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca oranlar arasındaki ilişkileri ortaya koymak için çeşitli istatistiksel analizler uygulandığı görülmüştür. Sonuç olarak, genel sektör bağlamında incelenen yiyecek içecek endüstrisinin analiz bulguları endüstrideki işletmelerin;

- Dönen varlıklarıyla kısa süreli yükümlülüklerini karşılama hususunda zorluk çektikleri,
- Varlık yapısının genel olarak duran varlık ağırlıklı olduğu,
- Aktiflerini ağırlıklı olarak yabancı kaynaklarla finanse etme yoluna gittikleri,
- Yabancı kaynak kullanımının toplam kaynaklar içinde geniş bir paya sahip olduğu dolayısıyla finansal risk taşıdığı,
- Kısa vadeli yabancı kaynaklardan ziyade uzun vadeli yabancı kaynak kullanımına gittikleri,
- Daha çok uzun vadeli banka kredisi kullanımına gittikleri,
- Devamlı sermayenin endüstrinin sahip olduğu sabit varlıkları karşılamada yetersiz olduğu,
- Endüstrinin maliyet ve gider kalemlerinin yüksek olduğu,
- Aktif devir hızının arzu edilen düzeyde olmadığı ve yıllar itibariyle artış eğiliminde olduğu dolayısıyla finansal riskin fazla olduğu,
- Stok devir hızı, varlık devir hızı ve alacak tahsil süresi gibi varlık yönetimini ölçen oranlara göre endüstrilerin çoğuna göre etkili bir şekilde yönetildikleri,
- Aktif karlılığı açısından iyi olduğu, genel olarak özkaynak karlılığının pozitif olduğu yönünde bilgiler sunmaktadır.

Yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin ölçek bazında incelendiği çalışmaların bulgularına göre ise;

- Ölçek ayrımı olmaksızın işletmelerin sağladıkları fonları duran varlık yatırımlarında kullandıkları,
- Duran varlık yatırımlarının da genel olarak uzun vadeli banka kredileriyle karşılama eğiliminde oldukları ve maliyetlerin yıllar itibariyle artış gösterdiği,
- Küçük ölçekli işletmelerde yabancı kaynaklar içerisinde banka kredilerinin kullanım oranı artış gösterirken orta ve büyük ölçekli işletmelerde azaldığı,
- Büyük ölçekli işletmelerin diğer ölçekteki işletmelere göre daha fazla ve çeşitli fon kaynağı sağlayabildikleri,



- Büyük ve orta ölçekli işletmeler faaliyetleri sonucunda fon kaynağı sağlayabilirken küçük ölçekli işletmelerin sağlayamadıkları,
- Küçük ve büyük ölçekli işletmelerin özkaynak artışlarıyla fon yaratabilirken orta ölçekteki işletmelerin özkaynak artışıyla fon yaratamadıkları,
- Büyük ölçekli işletmelerde varlık ve kaynak yapısının dengeli olduğu, ancak küçük ve orta ölçekli işletmelerde bu dengenin sağlanamadığı, yani dönen varlıklarda meydana gelen artışın kısa vadeli yabancı kaynaklarda meydana gelen artışın altında kaldığı,
- Büyük ve orta ölçekli işletmelerde satış maliyetlerinin satışlardaki artışın üzerinde olduğu küçük ölçekli işletmelerde ise söz konusu maliyetlerin satışların altında kaldığı,
- Genel yönetim giderleri, finansman giderleri ve kambiyo zararlarının tüm ölçeklerde işletme karlılığını olumsuz etkilemekte olduğu gözlemlenmiştir.



#### **4. MATERYAL ve YÖNTEM**

Çalışmanın bu kısmında analizde kullanılan veri ve yöntem ortaya konulmaktadır. Bu bağlamda, ilk olarak araştırma problem ifadesi açıklanmaktadır. Daha sonra araştırmanın amacı ve kapsamı, araştırmanın önemi, araştırma soruları, örneklem, veri kaynakları, analiz yöntemi, model ve değişkenler ile sınırlılıklar hususunda bilgiler sunulmaktadır.

##### **4.1. Araştırma Problemi**

İnsanoğlu, yüzyıllardır seyahat faaliyetlerinde bulunmakta ve bu faaliyetleri süresince konaklama ve yeme-içme gibi temel ihtiyaçlarını karşılamak durumundadır. Dolayısıyla yiyecek-içecek işletmelerinin tarihi de konaklama işletmeleri gibi oldukça eskilere dayanmaktadır (Koçak, 2012: 1).

Ağırlama endüstrisi; seyahat, konaklama, yiyecek-içecek, toplantı planlama faaliyetlerinin bir araya gelmesiyle oluşmaktadır. Yiyecek-içecek hizmetleri, hem bağımsız olarak yürütülebilmekte hem de ağırlama endüstrisinin alt endüstrilerinin her biri içerisinde yer almaktadır. Bu bağlamda yiyecek-içecek endüstrisi hem bu endüstrileri etkilerken hem de bu endüstrilerden etkilenmektedir. Dolayısıyla yiyecek- içecek hizmetleri yöneticileri hem bu hususta hem de ağırlama endüstrisi içerisindeki alt faaliyet dalları arasındaki karşılıklı ilişki hakkında bilgi sahibi olmalıdırlar (Ninemeier, 1998: 3).

Yiyecek içecek endüstrisi, esasında insana dayalı bir endüstri olduğundan esnek bir tutum söz konusudur. Bu nedenle, dünya genelindeki değişim ve gelişmeler söz konusu endüstriyi hızlı ve kolay bir şekilde etkileyebilmektedir. Değişim ve gelişime açık olan bu endüstri, meydana gelen değişimlere kolaylıkla adapte olabilmektedir. Değişimleri fark ederek, doğru çıkarımlarda bulunarak, beklentiye, trendlere ve tüketici ihtiyaçlarına uygun talepleri arza çevirebilmek işletmelere değişimler karşısında avantaj sağlamakla birlikte endüstri içerisindeki sürekliliklerini sağlamak açısından da büyük önem arz etmektedir (Doğdubay ve Saatçı, 2017: 52).

Yiyecek-içecek işletmeleri ise, yapı, teknik donatım, konfor ve bakım gibi maddesel özelliklerinin yanı sıra sosyal değer ve personelin hizmet kalitesi gibi niteliksel özellikleriyle bireylerin yeme-içme ihtiyacını karşılamaya yönelik ekonomik, sosyal ve disiplin altına alınmış ve bunu meslek edinmiş işletmelerdir (Koçak, 2012: 1; Sökmen, 2005: 4).

Günümüzde yiyecek-içecek endüstrisinde yoğun bir rekabet söz konusudur. Bunun nedeni ise, hem bu endüstriye mensup rekabet içerisinde çok fazla işletmenin söz konusu olması hem de bireylerin dışarıda yeme alışkanlıklarının isteğe bağlı olarak gerçekleşmesidir. Genel olarak değişen ekonomik ve teknolojik gelişmeler neticesinde ticari olmayan yiyecek-

içecek işletmelerinin de büyüme göstermesi neticesinde rekabet artmıştır. Bu gelişme hızlı yiyecek sunan işletmelerde daha yoğun bir şekilde gerçekleşmiştir (Rızaoğlu ve Hançer, 2005: 6).

Dünya genelinde yaşanan ekonomik, siyasi, teknolojik, demografik ve sosyal değişimler işletme sayılarının artmasına, faaliyet yapılarının değişmesine ve endüstrilerin genişlemesine neden olmuştur. Bu bağlamda, her geçen gün ekonomik şartlar ve rekabet şartları giderek ağırlaşmaktadır. İşletmelerin varlıklarını sürdürülebilirlik temelinde ve değer maksimizasyonu doğrultusunda devam ettirmek, geleceğe ilişkin finansman ve yatırım kararları almak ve ekonomik ve finansal krizlerden korunmak için, üretim, faaliyet ve finansmanla ilgili maliyet ve gider kontrolünü en iyi şekilde gerçekleştirmeleri, üstlendikleri riske uygun düzeyde kar elde etmeleri ve bunun sürekliliğini sağlamak için finansal yapılarını sık sık kontrol etmeleri gerekmektedir.

İşletmelerin, finansal planlamalarının etkin bir şekilde gerçekleşip gerçekleşmediğini belirlemek, faaliyetlerinin başarısını ölçmek ve varlık ve kaynak yönetimlerinin ne derece verimli yerine getirildiğini tespit etmek ve geçmiş ile mevcut durumun tespit edilerek finansal planlama gerçekleştirmek amacıyla finansal tablolar üzerinden çeşitli teknikler kullanarak finansal analiz gerçekleştirmek gerekmektedir. Finansal planlama, varlık yönetimi, fon ihtiyacının belirlenmesi ve gereksinim duyulan fonların sağlanması ve kontrol mekanizmasının gerçekleştirilmesi için finansal yönetimin yerine getirdiği temel fonksiyonlarından biridir. Finansal planlamanın ön şartı ise yine finansal yönetimin yerine getirdiği fonksiyonlardan birisi olan finansal analizi gerçekleştirmedir. Finansal analiz sonucunda elde edilen bilgiler, işletme yönetimi tarafından alınan kararların temelini oluşturmasının yanı sıra sağlıklı bir planlama açısından da önemlidir. İşletmenin mali yapısı ve faaliyet sonuçları değerlendirilmeden, sağlıklı ve tutarlı bir planlama mümkün olamayacağından finansal analiz, finans yöneticisinin planlama fonksiyonunu yerine getirmesi açısından da oldukça önemlidir (Akgüç, 2010: 19). Bu bağlamda, finansal analizde kullanılan finansal verilerin finansal tablolardan doğru elde edilmesi, hesaplama yapılırken temel finansal ilke ve kurallara uyulması, işletmeler için sağlıklı yorum ve değerlendirmelerde bulunma hususunda önem arz etmektedir. Tüm bu etmenler nedeniyle, herhangi bir endüstriye ilişkin herhangi bir işletmenin başarısının, etkili ve verimli bir finans yönetimiyle mümkün olduğu söylenebilir.

Yiyecek içecek endüstrisini meydana getiren işletmelerin başarısı ve sürekliliği de, diğer endüstrilerde yer alan işletmelerde olduğu gibi etkin bir finansal yönetim anlayışını gerekli kılmaktadır. Kolay gibi görünen restoran işletmeciliği, stokların yönetimi, menünün çeşitliliği, servisin kalitesi, müşteri tatmini gibi çeşitli alt unsurlarda kapsamlı analizleri ve sürekli kontrolleri gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla, yiyecek içecek işletmeleri karmaşık yapıdaki bir endüstri içerisinde yer almaktadır. Öte yandan, yiyecek içecek işletmelerinin ülke ekonomisine

sağladığı katma değer, endüstrinin önemine vurgu yapmaktadır. 2006 yılında 5 milyar dolar ciro sağlayan yiyecek içecek endüstrisi 5 yıl içerisinde 3 kat büyüme gerçekleştirmiş ve 2011 yılında elde edilen verilerle hazır yemek endüstrisinde cironun 14 milyar dolara ulaştığı belirlenmiştir. 2015 yılında ise, endüstri büyüklüğünün 24.7 milyar dolara ulaştığı görülmüş ve restoranların %35, tabldotların %30, otellerin %20 ve fastfood restoranların da %15 Pazar payına sahip olduğu ifade edilmiştir. Yine, 2015 yılında Gayri Safi Mili Hasıla (GSMH)'nın 859 milyar dolar olarak gerçekleştiği, kişi başı milli gelirin 10 bin 500 dolar ve hane halkının restoranlara ilişkin harcamalarının 24.7 milyar dolar olduğu belirtilmiştir. 2016 yılında hane halkı ev dışı tüketim harcamalarında bir önceki yıla istinaden düşüş görülmüş ve hane halkı restoran harcamalarının 18 milyar dolar civarında gerçekleştiği belirtilmiştir. Bunun en büyük nedenlerinden biri ise endüstrilerin gelişiminin büyük ölçüde enflasyondan etkilenmesidir. Türkiye'deki hayat pahalılığı son 15 yıl içerisindeki en yüksek dönemlerinden biri içerisinde. Ancak, söz konusu durum enflasyonun yanında ithal ve yerli ürünlere uygulanan yüksek vergilerden de kaynaklanmaktadır. Türkiye ekonomisi içsel ve dışsal politik etmenlerden, ithalat ve ihracat politikalarından ve terörden büyük ölçüde etkilenmektedir. Bu durum yiyecek içecek endüstrisini de doğrudan etkilemektedir. Endüstrinin gelişimi söz konusu sorunların iyileştirilmesiyle mümkün olabilmektedir (<http://www.tavakvakfi.com>; <http://www.turizmyatirimdergisi.com.tr>).

Ohio State Üniversite'sinin Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde gerçekleştirdiği bir çalışmada, restoranların %60'ının ilk yılında kapandığı ya da el değiştirdiği ve gerçekleştirilen değişimler sonucunda faaliyetlerine devam eden restoran işletmelerinin %80'inin ise 5 yıl içinde kapandığı ifade edilmektedir. Bu bağlamda, iş stratejilerini önceden planlamak büyük önem arz etmektedir ( <https://www.waiterio.com>).

Tüm bu etmenler doğrultusunda, yiyecek içecek endüstrisi içerisinde yer alan işletmelerin başarı sağlayabilmeleri etkin bir finans yönetimiyle mümkün olabilmektedir. Etkin bir finansal yönetim ise, iyi bir finansal planlamayla ve kontrol ile sağlanabilir. Bu bağlamda öncelikle amaçlara yönelik uygun finansal analiz teknikleri belirlenmeli ve sonuçlar yorumlanarak kararlar alınmalıdır. Bu nedenle yiyecek içecek endüstrisindeki işletme yöneticileri mevcut durumlarını belirlemeli ve finansal açıdan stratejik önemi olan etmenleri saptamalıdır. Bu da yöneticilerin finansal analiz tekniklerini etkin ve verimli bir şekilde uygulanmasıyla sağlanabilir (<https://www.protel.com.tr>; <https://www.waiterio.com>; <http://www.turizmaktuel.com>). Bu bağlamda, bir yiyecek içecek işletmesinin kuruluş aşamasından faaliyetlerini devam ettirmesi ve varlığını sürdürebilir kılması açısından finansal analiz oldukça büyük önem arz etmektedir.

Finansal analizlerle, işletmenin iç ve dış kaynaklarından elde ettiği ya da elde etmeyi düşündüğü fonları kullanım alanlarına yönelik olarak değerlendirilebilir ve geleceğe yönelik

finansal hedefler için işletmenin mevcut durumu belirlenebilir (Usta, 2011: 103). Finansal analizin bir diğer amacı ise, bir işletmenin faaliyetleri doğrultusunda oluşan finansal tablolarının incelenerek ve ayrıntılı değerlendirilmeler yapılmasıdır (Berk, 2003: 33). Ancak bu değerlendirme yapılırken, işletmenin genel yapısı, içinde bulunduğu şartlar ve ekonomik koşullar da dikkate alınmalı ve geleceğe ilişkin tahminlerde bulunulmalıdır (Akdoğan ve Tenker, 2003:515). Öte yandan, yapılan finansal analizden maksimum fayda sağlamak amacıyla genellikle tek bir analiz tekniğinden ziyade birçok analiz tekniğini kullanmak oldukça önemlidir (Aydın,2012: 87). Türkiye yiyecek içecek endüstrisinin ve Avrupa yiyecek içecek endüstrisinin finansal analiz tekniklerinden biri olan oran analizi tekniği ile likidite, mali yapı, verimlilik ve karlılık durumları bağlamında analiz edilmesi; endüstrinin mevcut durumunu belirlemek ve karşılaştırmalı olarak finansal performansa ilişkin kuvvetli ve zayıf yönlerini ortaya koymak açısından önemli olacağı düşünülmektedir.

#### **4.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı**

Bu araştırmanın amacı, Türkiye ve Avrupa ülkelerindeki yiyecek içecek işletmelerinin finansal performanslarının ve finansal sorunlarının karşılaştırmalı olarak analiz edilmesidir. Bu amaçla, TCMB tarafından hazırlanan ve yayınlanan sektör bilançolarından yararlanarak, Türkiye’de yiyecek- içecek endüstrisini oluşturan işletmelerle, Avrupa’daki halka açık yiyecek içecek işletmelerinin 2014, 2015 ve 2016 yıllarına ilişkin finansal performansı, finans literatüründe kabul gören finansal analiz tekniklerinden biri olan oran analizi yöntemiyle ölçülmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın kapsamı, TCMB’de yer alan konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri endüstrisinin alt endüstrisi olan yiyecek- içecek endüstrisini oluşturan 72 tane işletmeden ve Avrupa’da 9 ülke borsasında işlem gören 40 adet halka açık yiyecek içecek işletmesinden oluşmaktadır. Çalışma, TCMB’de yer alan konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri endüstrisinin alt endüstrisi olan yiyecek- içecek endüstrisinin 2017 ve 2018 yıllarına ilişkin sektör bilançolarının yayımlanmaması nedeniyle 2014, 2015 ve 2016 yılları olmak üzere üç yılı kapsamaktadır. Bununla beraber finansal performans ölçülürken finansal oranların hesaplandığı ve yorumlandığı oran analizinden yararlanılmıştır.

#### **4.3. Araştırmanın Önemi**

Mevcut teknoloji ve gelişen üretim şekillerinin etkileri, diğer işletmelerde olduğu gibi yiyecek içecek işletmelerinde de yoğun rekabet ortamına neden olmaktadır. İşletme sayıları her gün arttığından, rekabet karşısında varlıklarını sürdürmek ve amaçlanan hedeflere ulaşmak için

işletmenin yerine getirdiği faaliyetlerin verimlilik düzeyini belirlemek, finansal faaliyetlerini planlamak, yürütmek ve kontrol etmek için işletmenin mevcut durumunun ortaya konulması gerekmektedir. Bu bağlamda, finansal planlama ve finansal kontrol süreçleri için finansal analiz gerçekleştirilmesi şart olmaktadır. Çünkü finansal analize olanak sağlayan finansal tablolar işletmeye yatırım yapmış ya da yapacak olan kişi ve kurumlara, fon sağlayıcılarına, yöneticilere, çalışanlara ve devlete işletmenin mevcut finansal yapısı konusunda güvenilir bilgiler sunmaktadır. Öte yandan finansal analiz, işletmelerin faaliyetlerini yerine getirmek ya da yatırım yapmak amacıyla ihtiyaç duydukları fonları sağlamak açısından da oldukça önemlidir. Çünkü kredi sağlayacak olan kurumlar işletmeye fon sağlayıp sağlamamak hususunda karar alırken, daha anlamlı finansal yorumda ve değerlendirmede bulunmak için finansal tablo verilerinden yararlanarak gerekli finansal analizleri gerçekleştirmektedirler.

Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek işletmelerinin finansal performanslarının ve finansal sorunlarının oran yöntemiyle karşılaştırmalı olarak analiz edildiği bu çalışmada elde edilen bulguların, global çerçevede rekabetin yoğun olduğu bu alt endüstride faaliyet gösteren daha sürdürülebilir ve daha verimli yiyecek-içecek işletmeleri için, etkin finansal faaliyetlerin nasıl belirleneceği hususunda öneriler getirilmesi bağlamında önemli olacağı düşünülmektedir. Ayrıca konuya ilişkin olarak gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda, yiyecek içecek alt endüstrisine yönelik finansal analiz çalışmalarının kısıtlı sayıda olduğu tarafımızca belirlenmiştir. Bu bağlamda, çalışmanın literatürde söz konusu olan kısıtlı sayıdaki çalışmaya katkı sağlayacağı ve endüstrideki potansiyel yatırımcılarla birlikte mevcut yatırımcılara ve yöneticilere faydalı bilgiler sunacağı düşünülmektedir.

#### **4.4. Araştırma Soruları**

Araştırmanın amaçları doğrultusunda aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmaya çalışılmaktadır;

- 1) Türkiye'deki yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin aktif(varlık) ve kaynak yapısı ne şekildedir?
- 2) Avrupa'da halka açık yiyecek içecek işletmelerinin aktif(varlık) ve kaynak yapısı ne şekildedir? Bu bağlamda, Türkiye ve Avrupa'daki yiyecek içecek işletmeleri arasında bir farklılık var mıdır?
- 3) Türkiye'deki yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin likidite durumları nasıldır? Söz konusu işletmelerin kısa vadeli borç ödeme gücü ve çalışma sermayesi yeterli düzeylerde midir?

- 4) Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin likidite durumları nasıldır? Söz konusu işletmelerin kısa vadeli borç ödeme gücü ve çalışma sermayesi yeterli düzeylerde midir? Bu bağlamda, Türkiye ve Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin likidite durumları açısından bir farklılık var mıdır?
- 5) Türkiye'deki yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin finansal (mali) yapı durumları nasıldır?
- 6) Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin finansal (mali) yapı durumları nasıldır? Bu bağlamda, Türkiye ve Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin finansal (mali) yapı durumları açısından bir farklılık var mıdır?
- 7) Türkiye'deki yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin faaliyet performansları (devir hızları) ne şekildedir?
- 8) Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin faaliyet performansları (devir hızları) ne şekildedir? Bu bağlamda, Türkiye ve Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin faaliyet performansları (devir hızları) açısından bir farklılık var mıdır?
- 9) Türkiye'deki yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin karlılık durumları nasıldır?
- 10) Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin karlılık durumları nasıldır? Bu bağlamda, Türkiye ve Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin karlılık durumları açısından bir farklılık var mıdır?
- 11) Türkiye'deki yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerle Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin satışları, yatırımları ve öz sermayeleri üzerinden elde ettikleri karlılık düzeyleri nedir?
- 12) Türkiye'deki yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin finansal performansı analiz süresi boyunca nasıl bir seyir izlemiştir?
- 13) Avrupa'daki yiyecek içecek işletmeleri finansal performansı analiz süresi boyunca nasıl bir seyir izlemiştir?
- 14) Türkiye'deki yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerle Avrupa'daki yiyecek içecek işletmeleri arasında analiz süresi boyunca finansal performanslarının izlediği seyir açısından bir farklılık var mıdır?

#### **4.5. Veri Kaynakları ve Örneklem**

Çalışmanın evreni; Türkiye'de ve Avrupa'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleridir. Buna karşılık, çalışma evrenini kapsayan işletmelerin tamamına ulaşmanın emek, zaman ve maliyet açısından oldukça güç olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, çalışmaya ilişkin verilere erişmek için uluslararası finansal veri tabanı olan Thomson Reuters Eikon'dan ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)'nin resmi web sitesi

(<http://www.tcmb.gov.tr/>)'nden yararlanılmıştır. Söz konusu veri kaynaklarından, Türkiye yiyecek içecek işletmelerinin sektör bilançolarına ve Avrupa borsalarında işlem gören halka açık 85 yiyecek içecek işletmesine ulaşılmıştır. Ancak çalışma kapsamında, 2014, 2015 ve 2016 yıllarında uygulanan finansal performans oranlarına ilişkin gerekli verilerin eksikliği sebebiyle Avrupa'da 9 ülke borsasında işlem gören 40 halka açık yiyecek içecek işletmesi çalışma kapsamına alınmış ve söz konusu işletmelerin 2014, 2015 ve 2016 yıllarına ilişkin finansal tablolarından yararlanılmıştır. Türkiye açısından da, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından yayımlanan Sektör Bilançolarından Yiyecek İçecek Alt Sektörünün 2014, 2015 ve 2016 yıllarına ait 72 yiyecek içecek işletmesinin konsolide bilanço ve gelir tabloları ile standart oranları kullanılmıştır. Çalışma kapsamında kullanılan veriler, ikincil veri niteliğinde kabul edilmektedir. Çalışmanın amacına ilişkin olarak uygulanan oran analizi için, TCMB'nin yayınlamış olduğu oran formüllerinden yararlanılmıştır. Bu bağlamda, söz konusu finansal performans analizine ilişkin likidite, mali yapı, faaliyet ve karlılık değişkenleri ve bu değişkenlere ait 36 oran analiz edilmiştir. Bu oranların hesaplanmasında, finansal durum tablosu ve kapsamlı gelir-gider tablolarından yararlanılmıştır.

Analize dahil edilen Avrupa'da işlem gören halka açık yiyecek içecek işletmelerinin isimleri, işlem gördükleri borsalar ve ülkeleri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Analiz Kapsamında Avrupa Ülkelerindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri

| YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ  | ÜLKE (BORSA)          |
|---|-----------------------|
| Restaurant Group PLC, Fuller Smith &Turner , Greene King PLC, Greggs PLC, Heavitree Brewery, Whitbread PLC, Marston's PLC, Young & Co's Brewery, Compass Group PLC, J D Wetherspoon PLC, EI Group PLC, Richoux Group PLC, Domino's Pizza Group , Punch Taverns PLC, Mitchells & Butlers , DP Poland PLC, SSP Group PLC, Fulham Shore PLC, Tasty PLC, Brighton Pier Group, Patisserie Holdings, Revolution Bars Group, Comptoir Group. | İngiltere (Londra)    |
| Sodexo SA, Bernard Loiseau SA, Groupe Flo SA, Elior Group, Poulailon SA.  | Fransa (Paris)        |
| SfinksPolska SA, Amrest Holdings SE, Sakana SA, Mex Polska SA.  | Polonya (Varşova)     |
| RestamaxOyj, Kotipizza Group Oyj  | Finlandiya (Helsinki) |
| Home Meal Replacement SA, Telepizza Group SA  | İspanya (Madrid)      |
| SIF Hoteluri SA   | Sırbistan (Belgrat)   |
| AutogrillSpA  | İtalya (Borsa İtalya) |
| Ibersol SGPS SA   | Portekiz (Lizbon)     |
| RosinterRestorants Holding PAO  | Rusya (Moskova)       |

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, Londra borsasında işlem gören 23 işletme, Paris borsasında işlem gören 5 işletme, Varşova borsasında işlem gören 4 işletme, Helsinki borsasında işlem gören 2 işletme, Madrid borsasında işlem gören 2 işletme ve Belgrat, Borsa İtalya, Lizbon ve Moskova borsalarında işlem gören 1'er işletme çalışma kapsamında yer



almıştır. Toplamda, 9 Avrupa ülkesi borsalarında işlem gören 40 adet yiyecek içecek işletmesi değerlendirilmiştir.

#### **4.6. Analiz Yöntemi**

Araştırmanın amaçları doğrultusunda, çalışma teori ve uygulama olmak üzere iki kısımdan meydana gelmektedir. Çalışmanın teori kapsamında, konu ile ilgili basılı ya da elektronik kitaplardan, ulusal ve uluslararası makalelerden, tezlerden ve web kaynaklarından yararlanılmıştır. Bu bağlamda, çalışmanın teori kısmında, yiyecek içecek işletmelerine ve finansal performans oranlarına ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Teori kapsamında yer alan literatür kısmında ise, konuyla ilgili yiyecek içecek endüstrisindeki ve yiyecek içecek endüstrisi dışındaki işletmelere yönelik olarak yapılmış çalışmalar incelenerek özetlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın uygulama kapsamında, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Sektör Bilançolarından; Yiyecek İçecek Alt Sektörünü meydana getiren 72 yiyecek içecek işletmesinin sektör ortalamalarından ve Avrupa'da 9 ülke borsasında işlem gören 40 halka açık yiyecek içecek işletmesinin Thomson Reuters Eikon finansal veri tabanından elde edilen finansal tablolarından yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında, söz konusu yiyecek içecek işletmelerinin 2014, 2015 ve 2016 yıllarına ilişkin finansal performansları ölçülmeye çalışılmıştır. Yiyecek içecek işletmelerinin finansal performanslarını ortaya koymak amacıyla işletmelere finansal analiz tekniklerinden biri olan oran analizi uygulanmıştır. Oran analizi kapsamında, işletmelerin likidite, finansal yapı, devir hızı ve karlılık oranları hesaplanmıştır. Öte yandan, bu çalışmada oran analizine yönelik olarak hesaplanacak olan oranlar TCMB tarafından yayınlanan oran formülleri baz alınarak gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, likidite oranlarına ilişkin 7 oran, finansal yapı oranlarına ilişkin 9 oran, devir hızlarına ilişkin 7 oran ve karlılık oranlarına ilişkin 13 oran ve toplamda 36 oran uygulanmıştır. Sonuç olarak, çalışma evreni içerisinde yer alan işletmelere 2014, 2015 ve 2016 yıllarına yönelik olarak toplam 4,428 gözlem gerçekleştirilmiştir. Elde edilen oranlar, finans literatüründe kabul görmüş teorik bilgiler yardımıyla açıklanmaya ve yorumlanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın amacına yönelik olarak hesaplanan oranlar öncelikle ortalamalar bağlamında sonra ise ülkesel bazda dikkate alınarak yorumlanmıştır.

#### **4.7. Model ve Değişkenler**

Araştırmada, Türkiye ve Avrupa'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin finansal performanslarını ortaya koymak amacıyla, finansal analiz tekniklerinden biri olan oran analizi kullanılmıştır. Bu bağlamda, oran analizine ilişkin likidite, finansal yapı, devir hızı ve

karlılık değişkenleri ve bu değişkenler doğrultusunda karşılaştırmalı analiz uygulanmıştır. Analizde Türkiye açısından TCMB tarafından yayımlanan Yiyecek- İçecek Hizmeti Faaliyeti Sektörünün oran ortalamaları alınmış, Avrupa'daki halka açık yiyecek içecek işletmelerinin de finansal oranları hesaplanıp ortalamaları alınmış ve daha sonra karşılaştırılmıştır. Finansal performansı ölçmeye yönelik olarak uygulanan oran analizinde hesaplanan oranlar ve söz konusu oranların formülleri aşağıda belirtilmektedir (Aydın, Başar ve Coşkun, 2014: 91; Çabuk ve Lazol, 2008: 177);

- **Likidite Oranları:** Likidite oranları, işletmenin kısa vadedeki borçlarını ödeyebilme gücünü ölçmek için kullanılmaktadır. Bununla beraber, işletmenin likidite riski saptanıp, net işletme sermayesinin yeterli düzeyde olup olmadığı ortaya konulmaktadır (Bakır ve Şahin, 2009: 134). Aşağıdaki tabloda analizde hesaplanan likidite oranları yer almaktadır;

**Tablo 2.** Likidite Oranları

| LİKİDİTE ORANLARI                                  |   |
|--|---|
| <b>Cari Oran</b>                                   | Dönen Varlıklar / Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar   |
| <b>Asit-Test Oranı</b>                             | Dönen Varlıklar - (Stoklar + Gelecek Aylara Ait Giderler + Diğer Dönen Varlıklar) / Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar |
| <b>Nakit Oranı</b>                                 | (Hazır Değerler + Menkul Kıymetler) / Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar   |
| <b>Stoklar/Dönen Varlıklar Oranı</b>               | Stoklar / Dönen Varlıklar   |
| <b>Stoklar/Varlık ( Aktif) Toplam Oranı</b>        | Stoklar / Varlık ( Aktif) Toplamı   |
| <b>Kısa Vad. Alac./Dönen Varlık. Oranı</b>         | (Kısa Vadeli Ticari Alacaklar + Diğer Kısa Vadeli Alacaklar) / Dönen Varlıklar                                    |
| <b>Kısa Vad. Alac./Varlık (Aktif) Toplam Oranı</b> | (Kısa Vadeli Ticari Alacaklar + Diğer Kısa Vadeli Alacaklar) / Varlık ( Aktif) Toplamı                            |

- **Mali (Finansal) Yapı Oranları:** Bu oranlar işletmenin finansman yapısı içerisinde yabancı kaynaklardan ne oranda yararlandığını göstermektedir (Bakır ve Şahin, 2009: 137). Aşağıda analizde hesaplanan mali yapı oranları sıralanmaktadır;

**Tablo 3.** Mali (Finansal) Yapı Oranları

| MALİ (FİNANSAL) YAPI ORANLARI  |  |
|--|--|
| <b>Yabancı Kay. Toplamı/Varlık (Aktif) Top. Oranı (Kaldıraç Oranı)</b> | (Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar + Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar) / Varlık (Aktif) Top. Oranı (Kaldıraç Oranı) |
| <b>Öz Kaynaklar/ Varlık (Aktif) Top. Oranı</b>                         | Öz Kaynaklar/ Varlık (Aktif) Top.  |
| <b>Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar/ Devamlı Sermaye Oranı</b>            | Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar/ (Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar + Öz Kaynaklar)                                |
| <b>Mad. Duran Varl. / Öz Kaynak. Oranı</b>                             | Maddi Duran Varlıklar (Net) / Öz Kaynaklar   |
| <b>Mad. Duran Varl./ Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar Oranı</b>           | Duran Varlıklar/ (Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar + Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar)                             |
| <b>Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/ Yabancı Kaynaklar Top. Oranı</b>     | Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/ (Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar + Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar)               |

**Tablo 3.** Devamı

|  |  |
|--|--|
| <b>Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar/ Yabancı Kaynaklar Top. Oranı</b> | Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar/ (Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar + Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar) |
| <b>Dönen Varlıklar / Aktif (Varlık) Toplamı Oranı</b>              | Dönen Varlıklar / Varlık (Aktif) Toplamı   |
| <b>Mad. Duran Var. (Net) / Varlık (Aktif) Toplamı Oranı</b>        | Maddi Duran Varlıklar (Net) / Varlık (Aktif) Toplamı   |

- **Varlık Kullanım (Faaliyet) Oranları:**Faaliyet oranları, aktif varlıkların işletmelerin faaliyetlerini yerine getirmek için ne derece etkin kullanıldığını yani verimlilik derecesini ortaya koyan oranlardır (Bakır ve Şahin, 2009: 140). Aşağıdaki tabloda analizde hesaplanan varlık kullanım oranları sunulmaktadır;

**Tablo 4.** Varlık Kullanım Oranları

| <b>VARLIK KULLANIM ORANLARI</b>         |  |
|---|--|
| <b>Stok Devir Hızı</b>                  | Satışların Maliyeti (Cari Yıl) / ((Önceki Yıl Stok. + Cari Yıl Stok.)/2)     |
| <b>Alacak Devir Hızı</b>                | Net Satışlar / (Kısa Vadeli Ticari Alacaklar + Uzun Vadeli Ticari Alacaklar) |
| <b>Çalışma Sermayesi Devir Hızı</b>     | Net Satışlar / Dönen Varlıklar   |
| <b>Maddi Duran Varlıklar Devir Hızı</b> | Net Satışlar / Maddi Duran Varlıklar (Net)                                   |
| <b>Duran Varlıklar Devir Hızı</b>       | Net Satışlar / Duran Varlıklar   |
| <b>Öz Kaynaklar Devir Hızı</b>          | Net Satışlar / Öz Kaynaklar  |
| <b>Aktif Devir Hızı</b>                 | Net Satışlar / Varlık (Aktif) Toplamı  |

- **Karlılık Oranları:**Karlılık oranları, işletmenin varlık yönetiminin, borç yönetiminin ve likiditesinin birlikte işletmenin faaliyet sonuçları başarısını ne düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır (Ceylan ve Korkmaz, 2010: 71; Aydın, Başar ve Coşkun,2014: 108). Aşağıda analizde hesaplanmaya çalışılan karlılık oranları sıralanmaktadır;

**Tablo 5.** Karlılık Oranları

| <b>KARLILIK ORANLARI</b>   |   |
|--|---|
| <b>Net Kâr / Öz Kaynak Oranı</b>   | Net Kâr / Öz Kaynaklar  |
| <b>Vergi Öncesi Kâr / Öz Kaynak Oranı</b>  | Vergiden Önceki Kâr / Öz Kaynaklar                                |
| <b>Finansman Giderleri ve Vergiden Önceki Kâr / Kaynak (Pasif) Top. Oranı (Ekonomik Rantabilite)</b> | (Vergiden Önceki Kâr + Finansman Gid.) / Kaynak (Pasif) Toplamı   |
| <b>Net Kâr / Varlık (Aktif) Top. Oranı</b>   | Net Kâr (Vergiden Sonraki Kâr / Varlık (Aktif) Toplamı            |
| <b>Birikmeli (Kümülatif) Karlılık Oranı</b>  | Dağıtılmamış Karlar Top. (Yedekler)/ Varlık (Aktif) Toplamı       |
| <b>Brüt Satış Kârı/Net Sat. Oranı</b>  | Brüt Satış Kârı/Net Satışlar                                      |
| <b>Faaliyet Kârı/Net Satışlar Oranı</b>  | Faaliyet Karı / Net Satış Tutarı                                  |
| <b>Net Kâr/Net Satışlar Oranı</b>  | Net Kâr/ Net Satışlar   |
| <b>Satılan Malın Maliyeti/Net Satışlar Oranı</b>   | Satışların Maliyeti/ Net Satışlar                                 |
| <b>Faaliyet Gid. / Net Satış. Oranı</b>  | Faaliyet Giderleri / Net Satışlar                                 |
| <b>Faiz Gid. / Net Satışlar Oranı</b>  | Finansman Giderleri / Net Satışlar                                |
| <b>Faiz ve Vergiden Önceki Kâr / Faiz Giderleri Oranı</b>  | (Vergiden Önceki Kâr + Finansman Giderleri) / Finansman Giderleri |
| <b>Net Kâr + Faiz Giderleri/Faiz Giderleri Oranı</b>   | (Net Kâr + Finansman Giderleri) / Finansman Giderleri             |

#### 4.8. Sınırlılıklar

Türkiye’de tarafımızca Borsa İstanbul’da halka açık sadece 1 tane yiyecek içecek işletmesi olduğu saptanmıştır. Bu nedenle, Türkiye’deki yiyecek içecek işletmelerinin finansal durumunu belirlemek için TCMB tarafından hazırlanan ve yayınlanan, sektörün genel durumunu belirten sektör oranları kullanılırken, Avrupa’daki yiyecek içecek işletmelerinin finansal performansını değerlendirebilmek için de Thomson Reuters Eikon finansal veri tabanından elde edilen finansal veriler araştırma verisi olarak kullanılmıştır. Avrupa ülkelerindeki yiyecek içecek işletmelerinden verilerine sağlıklı olarak ulaşılabilen işletmeler çalışma kapsamına alınmıştır. Bu bağlamda, bazı ülkelerde bir ya da iki işletmenin çalışma kapsamında yer aldığı ve söz konusu işletmenin/işletmelerin karşılaştırma yapılırken bir ülkeyi temsil etmesinin güç olduğu dikkate alınmalıdır. Bununla birlikte analiz, çalışma gerçekleştirilirken finansal verilerin elde edilmesindeki zaman, emek ve maliyet konularına ilişkin kısıtlamalar dikkate alınarak halka açık yiyecek içecek işletmelerinden gerçekleştirilen finansal analiz tekniğine yönelik gerekli veriler kapsamında, verilerine 2014, 2015 ve 2016 yılları bazında eksiksiz ulaşılabilen işletmeler üzerinde uygulanmıştır. Öte yandan, çalışma belirli bir zaman aralığını kapsadığından elde edilen analiz bulgularının, analiz kapsamındaki yiyecek içecek işletmelerinin finansal verilerine ulaşılan zaman aralığıyla kısıtlı olduğu söylenebilir.

## 5. BULGULAR ve TARTIŞMA

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın amacına yönelik olarak gerçekleştirilen oran analizi sonucunda elde edilen değerler tablolar halinde sunulmaktadır. Tablolardan yararlanılarak, endüstriye yönelik olarak yapılan yorumlara yer verilmektedir. Bu bağlamda, ilk kısımda Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek işletmelerinin endüstri ortalamaları karşılaştırılmakta ve yorumlanmaktadır. İkinci kısımda ise, ülkeler bazında karşılaştırmalar yapılmaya ve yorumlanmaya çalışılmaktadır.

### 5.1. Avrupa ve Türkiye'deki Yiyecek İçecek İşletmelerinin Finansal Performansının Oran Yöntemiyle Karşılaştırmalı Analizi

Aşağıda Türkiye'de ve Avrupa'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin endüstri ortalamaları likidite, finansal yapı, devir hızları ve karlılık oranları bağlamında karşılaştırılmıştır. Elde edilen oranlar, finans literatüründe kabul görmüş optimal değerler baz alınmak suretiyle değerlendirilmiş ve endüstri oranları uluslararası bağlamda karşılaştırmalı olarak yorumlanmaya çalışılmıştır.

#### 5.1.1. Likidite Analizi Bulguları

Likidite oranları, işletmenin likidite durumunu ortaya koyarak, işletmenin kısa vadeli borçlarını ödeyebilme kapasitesinin ölçülmesinde ve işletme sermayesinin yeterli olup olmadığı hususlarının saptanmasında kullanılmaktadır. Dolayısıyla, işletmenin vadesi gelen kısa vadeli borçlarının sahip olduğu dönen varlıklarla karşılayıp karşılanamayacağı hususunda yol gösterici olmaktadır (Toroslu ve Durmuş, 2016: 145). 2014 ve 2016 yılları arasında, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmeleri ile Avrupa ülkelerindeki yiyecek-içecek işletmelerinin likidite oranlarının ortalamaları aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

**Tablo 6.** Türkiye ve Avrupa Yiyecek-İçecek Endüstrisinin Likidite Oran Ortalamaları

| LİKİDİTE ORANLARI   | TÜRKİYE |      |      | AVRUPA |      |      |
|---|---------|------|------|--------|------|------|
|   | 2014    | 2015 | 2016 | 2014   | 2015 | 2016 |
| <b>Cari Oran</b>  | 1,16    | 1,12 | 1,08 | 1,04   | 1,17 | 1,15 |
| <b>Asit-Test Oranı</b>                                    | 0,70    | 0,69 | 0,63 | 0,87   | 0,96 | 0,99 |
| <b>Nakit Oranı</b>  | 0,19    | 0,13 | 0,08 | 0,51   | 0,58 | 0,58 |
| <b>Stoklar/Dönen Varlıklar Oranı</b>                      | 0,30    | 0,29 | 0,32 | 0,13   | 0,14 | 0,13 |
| <b>Stoklar/Varlık (Aktif) Top. Oranı</b>                  | 0,12    | 0,12 | 0,15 | 0,03   | 0,03 | 0,02 |
| <b>Kısa Vadeli Alacaklar/Dönen Varlıklar Oranı</b>        | 0,42    | 0,42 | 0,41 | 0,30   | 0,30 | 0,35 |
| <b>Kısa Vadeli Alacaklar/Varlık (Aktif) Toplamı Oranı</b> | 0,20    | 0,21 | 0,21 | 0,07   | 0,07 | 0,08 |

Tablo 6 incelendiğinde Türkiye açısından, cari oran ortalamalarına bakıldığında 2014 yılında 1,16, 2015 yılında 1,12 ve 2016 yılında ise 1,08 olarak gözlenmektedir. Dolayısıyla yıllar itibariyle azalan bir eğilim söz konusudur. Avrupa açısından ise, 2014 yılında 1,04, 2015 yılında 1,17 ve 2016 yılında ise 1,15 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir. Cari oranlar açısından kıyaslama yapılacak olursa, Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde işletmelerin kısa vadeli borçlarını karşılayabilme gücünün 2015 ve 2016 yıllarında Türkiye yiyecek içecek endüstrisi işletmelerine nazaran daha fazla olduğu söylenebilmektedir. Yalnız 2014 yılında tam tersi bir durum söz konusudur. Ayrıca analiz döneminde hem Türkiye hem de Avrupa yiyecek-içecek endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerin kısa vadeli borç ödeme güçlerinin cari oran bağlamında çok güçlü olmadığını söylemek mümkündür.

Asit-Test oranı bağlamında bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisine ait asit-test oranı ortalamaları, 2014 yılında 0,70 seviyesinde iken 2015 yılında 0,69, 2016 yılında 0,63 seviyelerine doğru azaldığı gözlemlenmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisine ait asit-test oranı ortalamaları ise 2014 yılında 0,87 iken, 2015 yılında 0,96 ve 2016 yılında 0,99 seviyelerinde gerçekleştiği ve yıllar itibariyle genel bir artış söz konusu olduğu gözlemlenmektedir. Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrisi asit-test oranı ortalamaları kıyaslandığında ise, Avrupa yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin stokları dışındaki diğer dönen varlıklarının, kısa vadeli borçlarını karşılayabilme düzeyinin Türkiye yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelere göre daha fazla olduğu söylenebilmektedir. Bununla beraber analiz döneminde hem Türkiye hem de Avrupa yiyecek-içecek endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerin asit-test oranlarının finans teorisinde belirtilen standardı olan 1'in altında kalması nedeniyle kısa vadeli borç ödeme güçlerinin asit-test oranı bağlamında çok güçlü olmadığını söylemek mümkündür.

Nakit oranı bağlamında bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisi nakit oranları ortalamaları, 2014 yılında 0,19 seviyesindeyken, 2015 yılında 0,13, 2016 yılında ise 0,08 seviyelerine doğru azalma eğilimi gösterdiği görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise nakit oranları ortalamaları 2014 yılında 0,51, 2015 ve 2016 yılında ise 0,58 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir. Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrisi nakit oranları karşılaştırıldığında ise, Avrupa yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin nakit ve nakit benzeri varlıklarıyla kısa vadeli borçlarını karşılayabilme gücünün, Türkiye yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelere oranla çok daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

Stoklar/Dönen Varlıklar oranı bağlamında bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinin stoklar/dönen varlıklar oranı ortalamaları, 2014 yılında 0,30, 2015 yılında 0,29 ve 2016 yılında ise 0,32 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise stoklar/dönen varlıklar oranı ortalamalarının, 2014 yılında 0,13, 2015 yılında 0,14 ve 2016 yılında ise 0,13 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir. Türkiye ve Avrupa

yiyecek içecek endüstrisinin stoklar/dönen varlıklar oranları karşılaştırıldığında ise söz konusu oranın, Türkiye yiyecek içecek işletmeleri açısından Avrupa'daki yiyecek işletmelerine göre çok yüksek olduğu ve dolayısıyla daha fazla stok bulundurulduğunu söylemek mümkündür. Fazla stok bulundurmak stok maliyetlerini ve sigorta giderlerini arttıracığından zarar edilmesine neden olabilmektedir. Öte yandan aşırı stok bulundurma; bozulma ve zarar görme gibi riskleri de artırabilmektedir. Dolayısıyla, stoklar istenilen anda, kısa süreçte ve uygun maliyetlerle elde edilebiliyorsa gereğinden fazla stok bulundurulmaması önemlidir.

Stoklar/Varlık Toplamı oranı bağlamında bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinin stoklar/varlık toplamı oranı ortalamaları, 2014 ve 2015 yıllarında 0,12 seviyesinde iken 2016 yılında 0,15 seviyesine doğru artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi stoklar/varlık(aktif) toplamı oranı ortalamaları ise 2014 ve 2015 yıllarında 0,03 seviyesinde iken ve 2016 yılında 0,02 seviyesine doğru düşüş gösterdiği görülmektedir. Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrisi stoklar/varlık(aktif) toplamı oranı ortalamaları kıyaslandığında ise Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde aktif toplamı içerisinde stokların payının Avrupa yiyecek içecek endüstrisinin oldukça üzerinde olduğu gözlemlenmektedir ve söz konusu oran stoklar/dönen varlıklar oranını tamamlayıcı ve destekleyici niteliktedir.

Kısa Vadeli Alacaklar/Dönen Varlıklar oranı bağlamında bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinin kısa vadeli alacaklar/dönen varlıklar oranı ortalamalarının, 2014 ve 2015 yıllarında 0,42 olduğu ve 2016 yılında ise 0,41 olduğu görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi kısa vadeli alacaklar/dönen varlıklar oranı ortalamaları ise 2014 ve 2015 yıllarında 0,30 iken 2016 yılında 0,35 seviyesine doğru artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Bu açıdan söz konusu oranın, Türkiye yiyecek içecek işletmelerinde, Avrupa yiyecek içecek işletmelerine göre daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. Alacakların fazla olması, tahsilat problemlerinin meydana gelmesine ve kaynak maliyetlerinin artmasına neden olabilmektedir. Öte yandan, esnek satış politikası izlemek satış hacmini arttırabileceğinden, eğer alacaklar finanse edilebiliyorsa ve söz konusu durum iş hacminin ve karlılığın artmasını sağlıyorsa bu oranın yüksek seyretmesi problem teşkil etmeyecektir. Aksi durumda alacak politikası gözden geçirilmeli ve alacaklar azaltılmalıdır.

Kısa Vadeli Alacaklar/Varlık toplamı oranı bağlamında bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinin kısa vadeli alacaklar/varlık toplamı oranı ortalamaları, 2014 yılında 0,20 iken 2015 ve 2016 yıllarında ise 0,21 olduğu görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinin kısa vadeli alacaklar/varlık toplamı oranı ortalamaları ise 2014 ve 2015 yıllarında 0,07 seviyelerinde iken ve 2016 yılında 0,08 seviyesine doğru artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrisi kısa vadeli alacaklar/varlık toplamı oranı ortalamaları kıyaslandığında ise, Türkiye yiyecek içecek endüstrisine ilişkin

işletmelerin aktifler içerisinde kısa vadeli alacaklarının Avrupa yiyecek içecek endüstrisi işletmelerinin sergilediği ortalamaların oldukça üstünde olduğu görülmektedir.

### 5.1.2. Finansal Yapı Analizi Bulguları

Finansal yapı oranları, işletmelerin ne oranda yabancı kaynakla ve özkaynakla finanse edildiğini ortaya koymaktadır. Bu oranlar, işletmelerin faaliyetleri neticesinde zarar etmesi, aktiflerinin değer kaybetmesi ya da sonraki yıllarda ön görülen düzeyde fon sağlayamamaları gibi durumlar söz konusu ise, işletmelerin uzun vadeli yükümlülüklerini karşılayıp karşılayamama konusuna ilişkin önemli bilgiler sunmaktadır (Ceylan ve Korkmaz, 2010: 55). Analizde hesaplanan finansal yapı oranlarının Türkiye ve Avrupa endüstri ortalamaları değerleri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo 7.** Türkiye ve Avrupa Yiyecek-İçecek Endüstrisinin Finansal Yapı Oran Ortalamaları

| FİNANSAL YAPI ORANLARI                              | TÜRKİYE |      |      | AVRUPA |      |      |
|---|---------|------|------|--------|------|------|
|   | 2014    | 2015 | 2016 | 2014   | 2015 | 2016 |
| Y.Kay.Top./Varlık (Aktif)Top. Oranı(Kaldıraç Oranı) | 0,72    | 0,74 | 0,79 | 0,60   | 0,58 | 0,57 |
| Öz Kaynak./Varlık (Aktif) Toplamı Oranı             | 0,28    | 0,26 | 0,21 | 0,40   | 0,42 | 0,43 |
| U.V.Y.K. /Devamlı Sermaye Oranı                     | 0,47    | 0,54 | 0,53 | 0,46   | 0,30 | 0,44 |
| Maddi Duran Varlıklar/Öz Kaynak. Oranı              | 1,17    | 1,13 | 1,11 | 1,19   | 1,50 | 1,38 |
| Maddi Duran Varlıklar /U.V.Y.K. Oranı               | 1,57    | 1,84 | 1,89 | 3,87   | 3,98 | 3,10 |
| K.V.Y.K./Yabancı Kaynaklar Toplamı Oranı            | 0,64    | 0,64 | 0,68 | 0,51   | 0,49 | 0,47 |
| U.V.Y.K./Yabancı Kaynaklar Toplamı Oranı            | 0,36    | 0,36 | 0,32 | 0,49   | 0,51 | 0,53 |
| Dönen Varlıklar/Aktif (Varlık) Top. Oranı           | 0,45    | 0,45 | 0,46 | 0,24   | 0,22 | 0,22 |
| Maddi Duran Varlık.(Net)/Varlık (Aktif) Top. Oranı  | 0,34    | 0,34 | 0,33 | 0,53   | 0,53 | 0,52 |

Tablo 7 değerlendirildiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinin kaldıraç oran ortalamaları, 2014 yılında 0,72, 2015 yılında 0,74, 2016 yılında ise 0,79 seviyelerine doğru bir artış eğilimi içerisinde olduğu görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise 2014 yılında 0,60, 2015 yılında 0,58, 2016 yılında 0,57 seviyelerine doğru bir düşüş eğiliminde olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda Avrupa yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin, Türkiye yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin ortalamasına göre daha düşük kaldıraç oranlarına sahip olduğu gözlemlenmektedir. Bu oranın genel olarak 0,50 olması kabul edilebilirken özellikle Türkiye ortalamaları bu standardın oldukça üzerindedir. Bu düzeyden sonra borçlanma oranını arttırmak işletme riskinin artmasına dolayısı ile işletmenin finansal sıkıntı içerisinde girmesine neden olabilmektedir. Genel olarak kaldıraç oranları bağlamında hem Türkiye hem de Avrupa yiyecek-çecek endüstrisindeki işletmelerin analiz döneminde özkaynağa oranla daha fazla borç kullanımına gittikleri, ancak Türkiye'deki işletmelerde bu düzeyin daha yüksek olduğu söylenebilir.



Tablo 7’de sunulan Özkaynak/Varlık toplamı oranı bağlamında bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisindeki özkaynak oranı ortalamalarının, 2014 yılında 0,28, 2015 yılında 0,26 ve 2016 yılında 0,21 şeklinde yıllar itibariyle düşüş eğilimi gösterdiği görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisindeki özkaynak oranı ortalamaları ise 2014 yılında 0,40, 2015 yılında 0,42, 2016 yılında 0,43 seviyelerine doğru bir artış eğilimi içerisinde olduğu gözlemlenmektedir. Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrisi özkaynak oranı ortalamaları karşılaştırılacak olursa, Avrupa yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin, aktiflerini işletme sahiplerince finanse etme oranı yıllar itibariyle artmıştır. Türkiye yiyecek içecek endüstrisi işletmelerinin ise aktiflerini işletme sahiplerince finanse etme oranları yıllar itibariyle azalmıştır. Dolayısı ile Türkiye yiyecek içecek endüstrisi işletmelerinin, piyasalar durgunlaştığında talep ve fiyatlar düşerse, nakit girişlerinde sorunlar yaşanırsa faiz ve anapara taksitlerini ödeme yükümlülükleri hususunda zorluk çekme ihtimallerinin daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Uzun vadeli yabancı kaynakların devamlı sermayeye oranı bağlamında bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde, uzun vadeli yabancı kaynakların devamlı sermayeye oranı ortalamaları; 2014 yılında 0,47, 2015 yılında 0,54, 2016 yılında 0,53 olarak gözlemlenmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstri ortalamaları ise; 2014 yılında 0,46, 2015 yılında 0,30 2016 yılında 0,44 şeklindedir. Bu bağlamda, her bir yıl için Türkiye’deki işletmelerin uzun vadeli fon yapısında; uzun vadeli yabancı kaynaklardan yararlanma oranlarının Avrupa’daki işletmelere kıyasla daha fazla olduğu görülmektedir.

Maddi duran varlıkların özkaynaklara oranına ilişkin Tablo 7’de sunulan bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde, maddi duran varlıkların özkaynaklara oranı ortalamaları; 2014 yılında 1,17, 2015 yılında 1,13, 2016 yılında 1,11 şeklinde yıllar itibariyle düşüş eğilimi gösterdiği görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi ortalamaları ise, 2014 yılında 1,19, 2015 yılında 1,50 ve 2016 yılında 1,38 şeklinde dalgalı bir seyir izlemektedir. Söz konusu oran, fiziki yapıya sahip iktisadi kıymetlerin ne ölçüde özkaynaklar ile karşılandığını ifade etmektedir. Oranın 1’den küçük olması arzu edilmektedir. Çünkü bu durum duran varlıkların tamamının özkaynaklar ile finanse edildiği anlamına gelmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 187). Bu bağlamda Avrupa yiyecek içecek işletmelerinin maddi duran varlık yatırımlarını finanse ederken Türkiye’deki yiyecek içecek işletmelerine kıyasla daha fazla yabancı kaynaklara başvurdukları sonucuna ulaşılmaktadır.

Maddi duran varlıkların uzun vadeli yabancı kaynaklara oranı ortalamaları, Türkiye yiyecek içecek endüstrisi için; 2014 yılında 1,57, 2015 yılında 1,84, 2016 yılında 1,89 seviyelerindedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise 2014 yılında 3,87, 2015 yılında 3,98, 2016 yılında 3,10 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir. Bu oran, 1 para birimlik uzun vadeli borca karşılık işletmenin elinde ne kadarlık maddi duran varlığa sahip olduğunu ifade

etmektedir. Oranın yüksek olması istenmektedir. Çünkü, bu durum uzun vadeli kredinin vadesi geldiğinde ödenebileceğinin bir teminatı niteliğindedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 187). Bu bağlamda, Avrupa ülkelerindeki yiyecek içecek işletmeleri 1 para birimlik uzun vadeli borçlanmalarına karşılık Türkiye yiyecek içecek işletmelerine oranla daha fazla maddi duran varlığa sahiptirler.

Kısa vadeli yabancı kaynakların yabancı kaynaklar toplamına oranına ilişkin bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde, kısa vadeli yabancı kaynakların yabancı kaynaklar toplamına oranı ortalamaları, 2014 ve 2015 yıllarında 0,64, 2016 yılında ise, 0,68 olarak gözlemlenmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi ortalamaları ise 2014 yılında 0,51, 2015 yılında 0,49, 2016 yılında ise 0,47 olarak görülmektedir. Yabancı kaynak vade yapısı oranının, genel standart olarak 2/3 dolaylarında olması arzu edilmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 185). Türkiye ve Avrupa ortalamaları karşılaştırıldığında, Avrupa yiyecek içecek işletmelerinin verilerinin 3 yıl bağlamında hem standardın hem de Türkiye yiyecek içecek işletmeleri ortalamalarının altında kaldığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla Türkiye'deki işletmelerin Avrupa'daki işletmelere oranla daha fazla kısa vadeli yabancı kaynak kullanımına gittikleri söylenebilir.

Uzun vadeli yabancı kaynakların yabancı kaynaklar toplamına oranı bağlamında Tablo 7'de sunulan bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde, uzun vadeli yabancı kaynakların yabancı kaynaklar toplamına oranı ortalamalarının, 2014 ve 2015 yıllarında 0,36, ve 2016 yılında ise 0,32 olduğu görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi ortalamaları ise 2014 yılında 0,49, 2015 yılında 0,51 ve 2016 yılında ise 0,53 olarak artış eğilimi gösterdiği gözlemlenmektedir. Söz konusu oran işletmelerin yabancı kaynaklarının yüzde kaçının uzun vadeli yabancı kaynaklarla finanse edildiğini ifade etmektedir ve söz konusu oranın optimal olarak 1/6 olması istenmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 184-185). Ülkemizde uzun vadeli kaynak temini konusunda imkânların kısıtlı olması nedeniyle, Türkiye yiyecek içecek endüstrisine ilişkin söz konusu oranın Avrupa yiyecek içecek işletmelerinin endüstri ortalamalarının altında gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Ancak, söz konusu oranın kredi sağlayanlar tarafından kredi emniyeti açısından da çok yüksek olması istenmeyen bir durumdur.

Dönen varlıkların varlık toplamına oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde, dönen varlıkların varlık toplamına oranının ortalama olarak, 2014 ve 2015 yıllarında 0,45, 2016 yılında ise 0,46 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi ortalamalarının ise, 2014 yılında 0,24, 2015 yılında 0,22 ve 2016 yılında 0,22 şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Türkiye ve Avrupa ortalamaları karşılaştırıldığında, Türkiye'deki işletmelerin dönen varlık yatırımlarının Avrupa'daki işletmelere oranla oldukça fazla olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinde dönen varlık yatırımlarının duran varlık yatırımlarına yakın

olduğunu söylemek mümkündür. Buna karşın Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinde ise daha çok duran varlık yatırımlarının gerçekleştiği yani sabit varlık ağırlıklı işletmeler oldukları görülmektedir. Kısa süreli yatırımlar daha kısa sürede kara dönüşebileceği gibi durgunluk dönemlerinde satışların azalması sebebiyle ya da alacakların zamanında tahsil edilememesi gibi durumlarda işletmelerin kısa vadeli fonlamalarını karşılama konusunda yetersiz kalabilecekleri unutulmamalıdır.

Maddi duran varlıkların varlık toplamı oranı ortalamaları incelendiğinde ise Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde bu oranın ortalama, 2014 ve 2015 yıllarında 0,34, 2016 yılında ise 0,33 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise 2014 ve 2015 yıllarında 0,53, 2016 yılında ise 0,52 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir. Maddi duran varlık oranının yüksek çıkması, işletmelerin karlılığı hususunda hem olumlu hem de olumsuz olarak değerlendirilebilmektedir. İşletmeler, sahip oldukları maddi duran varlıklarını güvence göstererek ucuz finansman sağlayabilir ve yatırım imkânlarını arttırabilirler. Bu bağlamda karlılıklarını arttırma fırsatı yakalayabilirler. Ancak varlıkların eksik kapasiteyle kullanımı karlılık seviyesini de düşürebilmektedir (Demirci, 2017: 386). Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek ortalamaları incelendiğinde, 3 yıl için de Avrupa işletmelerinin varlık yapısındaki maddi duran varlık oranının Türkiye işletmelerine kıyasla daha fazla olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Avrupa işletmelerinin daha fazla sabit varlığa yönelmiş oldukları söylenebilir.

### **5.1.3. Faaliyet (Devir Hızı) Analizi Bulguları**

Faaliyet oranları, literatürde aktivite oranları ya da devir hızı oranları olarak da ifade edilmektedir. Faaliyet oranları, işletme yönetiminin sahip olduğu varlıkları kullanırken etkin ve verimli olup olmadığını ölçmek için kullanılmaktadır. Diğer şartlar aynı kaldığı takdirde, devir hızları ne kadar yüksek olursa, karlılık da o derece yüksek olabilmektedir (Met, 2013: 88).

Analizde hesaplanan Türkiye'deki yiyecek içecek işletmeleri ile Avrupa ülkelerindeki yiyecek-içecek işletmelerinin faaliyet oranlarının ortalama değerleri aşağıdaki tabloda yer sunulmaktadır.

**Tablo 8.** Türkiye ve Avrupa Yiyecek-İçecek Endüstrisinin Faaliyet Oran Ortalamaları

| FAALİYET ORANLARI             | TÜRKİYE |      |      | AVRUPA |      |      |
|-------------------------------|---------|------|------|--------|------|------|
|                               | 2014    | 2015 | 2016 | 2014   | 2015 | 2016 |
| Stok Devir Hızı               | 21,7    | 15,6 | 16,4 | 32,6   | 31,8 | 31,4 |
| Alacak Devir Hızı             | 19,9    | 19,7 | 16,5 | 62,4   | 61,0 | 48,1 |
| Çalışma Sermayesi Devir Hızı  | 3,2     | 3,5  | 3,4  | 6,3    | 6,6  | 5,9  |
| Maddi Duran Varlık Devir Hızı | 6,4     | 6,0  | 7,2  | 6,3    | 5,7  | 5,3  |
| Duran Varlık Devir Hız        | 3,2     | 3,0  | 3,0  | 1,6    | 1,5  | 1,5  |
| Öz Kaynak Devir Hızı          | 5,0     | 5,8  | 5,9  | 1,9    | 4,7  | 3,1  |
| Aktif Devir Hızı              | 1,3     | 1,4  | 1,3  | 1,1    | 1,1  | 1,0  |

Tablo 8 incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisi stok devir hızı ortalamaları; 2014 yılında 21,7, 2015 yılında 15,6, 2016 yılında 16,4 olarak gözlemlenmiştir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi stok devir hızı ortalamaları ise, 2014 yılında, 32,6, 2015 yılında 31,8 ve 2016 yılında 31,4 olduğu görülmektedir. Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrisi stok devir hızı ortalamaları karşılaştırıldığında, stoklar/dönen varlıklar oranı ve stoklar/varlık(aktif) toplamı oranlarına paralel olarak oranların gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Dolayısıyla, Avrupa yiyecek içecek işletmelerinde daha etkin bir stok yönetimi olduğunu söylemek mümkündür. Diğer bir ifadeyle Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinde, stokların satışlara dönüşme hızının daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Alacak devir hızı oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisi alacak devir hızı ortalamalarının; 2014 yılında 19,9, 2015 yılında 19,7, 2016 yılında ise 16,5 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise alacak devir hızı ortalamalarının; 2014 yılında 62,4, 2015 yılında 61,0, 2016 yılında ise 48,1 seviyelerinde gerçekleştiği görülmektedir. Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstri ortalamaları karşılaştırılacak olursa, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde alacak devir hızlarının daha düşük olduğu görülmektedir. Bu durum, Türkiye yiyecek içecek işletmeleri açısından kısa vadeli alacakların payının hem dönen varlıklar içerisinde hem de varlık(aktif) toplamı içerisindeki payının Avrupa yiyecek içecek işletmelerine göre daha fazla olması ile açıklanabilir. Bu bağlamda, söz konusu oranlar alacak devir hızı oranı sonuçlarını destekleyici niteliktedir. Alacakların fazla olması, tahsilât problemlerinin meydana gelmesine ve kaynak maliyetlerinin artmasına neden olabilmektedir. Dolayısıyla, alacak devir hızının Türkiye yiyecek içecek işletmeleri açısından düşük çıkması işletmelerin rekabet gücünün Avrupa'ya oranla daha az olduğunu, alacak tahsilâtı hususunda zorluk çekildiğini ve etkin bir tahsilat politikasının olmadığını ifade etmektedir. Avrupa yiyecek içecek işletmeleri açısından, oran ortalamalarının Türkiye'ye nazaran daha yüksek olması, bu işletmelerin cari ve likidite oranları düşük olsa dahi borçlanmalarını karşılama hususunda daha rahat olmasını sağlayabilir.

Çalışma sermayesi devir hızı oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde çalışma sermayesi devir hızı oranı ortalamalarının;2014

yılında 3,2, 2015 yılında 3,5, 2016 yılında 3,4 olarak gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde çalışma sermayesi devir hızı oranı ortalamaları ise 2014 yılında 6,3, 2015 yılında 6,6, 2016 yılında 5,9 olarak saptanmıştır. Çalışma sermayesi devir hızı oranının artması, işletmelerin iş hacmi için gerek duydukları finansman ihtiyacını azaltacağından olumlu olarak görülmektedir (Akgüç, 2006; 217). Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek işletmeleri karşılaştırıldığında, Avrupa yiyecek-içecek işletmelerinin her bir yıl için oranlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Avrupa yiyecek-içecek işletmelerinin çalışma sermayesi yönetimini, Türkiye'deki yiyecek-içecek işletmelerine oranla daha etkin gerçekleştirdikleri ve iş hacmi için gerek duydukları finansman ihtiyacının daha az olduğu söylenebilir.

Maddi duran varlık devir hızı oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde maddi duran varlık devir hızı oran ortalamalarının;2014 yılında 6,4, 2015 yılında 6,0 ve 2016 yılında 7,2 olarak gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi ortalamalarının ise 2014 yılında 6,3, 2015 yılında 5,7, 2016 yılında 5,3 olduğu görülmektedir. Maddi duran varlık devir hızı oranı için kesin bir standart bulunmamaktadır ancak sanayi işletmeleri açısından 5 olmasının uygun olacağı belirtilmektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 192). Türkiye yiyecek içecek endüstrisi oran ortalamaları ile Avrupa yiyecek içecek endüstrisi oran ortalamaları karşılaştırıldığında hem Türkiye yiyecek içecek işletmelerinin hem de Avrupa yiyecek içecek işletmelerinin standart oranın üstünde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte Türkiye'deki yiyecek-içecek işletmelerinin 3 yıl bağlamında da Avrupa ortalamalarının üzerinde oranlar sergilemektedir. Dolayısıyla, Türkiye işletmelerinin maddi duran varlıklarını daha etkin kullandığını ya da sahip oldukları maddi duran varlıklarını kapasitelerinin üzerinde kullandıklarını söylemek mümkündür. Bununla birlikte Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinde maddi duran varlıkların payının daha yüksek olmasının da bu sonucun elde edilmesinde etkin olduğu söylenebilir.

Duran varlık devir hızı oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde duran varlık devir hızı oran ortalamalarının; 2014 yılında 3,2, 2015 ve 2016 yılında ise 3,0 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi oran ortalamalarının ise 2014 yılında 1,6, 2015 yılında 1,5, 2016 yılında 1,5 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir. Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrisi oran ortalamaları mukayese edildiğinde, Türkiye'deki işletmelerin duran varlıklarını Avrupa'daki işletmelere oranla daha verimli kullandığını söylemek mümkündür. Kesin olmamakla birlikte, işletmeler için söz konusu oranın 2 olması beklenmektedir (Toroslu ve Durmuş, 2016; 163). Dolayısıyla, oranın beklenen değerinde olduğunda Türkiye'de işletmelerin duran varlıklarından kapasite üzerinde yararlandığı sonucunu doğurmaktadır. Bununla birlikte

Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinde duran varlıkların payının daha yüksek olmasının da bu sonucun elde edilmesinde etkin olduğu söylenebilir.

Özkaynak devir hızı oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde özkaynak devir hızı oran ortalamalarının; 2014 yılında 5,0, 2015 yılında 5,8, 2016 yılında 5,9 olarak gerçekleştiği ve yıllar itibariyle artış eğilimi gösterdiği saptanmıştır. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi özkaynak devir hızı oran ortalamaları ise, 2014 yılında 1,9, 2015 yılında 4,7 ve 2016 yılında ise 3,1 olarak yıllar itibariyle dalgalı bir seyir izlediği gözlemlenmektedir. Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrisi oran ortalamaları kıyaslandığında, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin, özkaynaklarını daha verimli ve ekonomik kullandıklarını söylemek mümkündür. Bununla birlikte, Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinde özkaynakların payının daha yüksek olmasının da bu sonucun elde edilmesinde etkin olduğu düşünülmektedir.

Aktif devir hızı oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde aktif devir hızı oran ortalamalarının; 2014 yılında 1,3, 2015 yılında 1,4 ve 2016 yılında 1,3 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinin aktif devir hızı oran ortalamalarının ise 2014 yılında 1,1, 2015 yılında 1,1 ve 2016 yılında 1,0 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi ile Türkiye'deki yiyecek içecek endüstrisi ortalamaları karşılaştırıldığında, oranlar arasında çok büyük bir farklılık görülmemiştir. Dolayısıyla, aktif devir hızı oranlarının Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde çok az da olsa daha yüksek olduğu ve dolayısıyla işletmelerin aktiflerini Avrupa'daki işletmelere oranla biraz daha verimli kullandıkları söylenebilmektedir.

#### **5.1.4. Karlılık Analizi Bulguları**

Karlılık oranları, işletmelerin almış oldukları kararların ve uygulamış oldukları politikaların meydana getirdiği bir sonuç olarak ifade edilebilmektedir. Karlılık oranları, faaliyet konusundaki sonuçlardan ziyade işletmenin ne oranda verimli ve etkin yönetildiği hususunda bilgiler sunmaktadır (Çabuk ve Lazol, 2008: 193). İşletmelere sağlanmış olan, özkaynaklar ile yabancı kaynakların ne derece verimli kullanıldığını gösteren oranlar bu grup içerisinde yer almaktadır. İşletmelerin bütünüyle faaliyetlerinin tamamında karlı olup olmadığını yorumlamak, geçmişteki kazanç gücünü belirlemek ve faaliyetlerinin etkinlik derecesini ölçmek amacıyla bu oranlardan yararlanılmaktadır (Toroslu ve Durmuş, 2016: 165). Analizde hesaplanan karlılık oranlarının Türkiye ve Avrupa endüstri ortalamaları Tablo 9'da sunulmuştur.

**Tablo 9.** Türkiye ve Avrupa Yiyecek-İçecek Endüstrisinin Karlılık Oran Ortalamaları

| KARLILIK ORANLARI   | TÜRKİYE |      |        | AVRUPA |       |        |
|---|---------|------|--------|--------|-------|--------|
|   | 2014    | 2015 | 2016   | 2014   | 2015  | 2016   |
| Net Kâr/Öz Kaynaklar Oranı  | 0,06    | 0,13 | (0,01) | 0,08   | 0,30  | (0,09) |
| Vergi Öncesi Kâr/Öz Kaynaklar Oranı   | 0,09    | 0,16 | 0,02   | 0,11   | 0,24  | (0,05) |
| Finansman Giderleri ve Vergiden Önceki Kâr/Kaynak Toplam Oranı (Ekonomik Rantabilite) | 0,05    | 0,06 | 0,04   | 0,04   | 0,09  | 0,07   |
| Net Kâr/Varlık (Aktif) Toplam Oranı   | 0,02    | 0,02 | (0,01) | 0,03   | 0,02  | 0,00   |
| Birikmeli (Kümülatif) Karlılık Oranı  | 0,01    | 0,01 | 0,01   | 0,07   | 0,09  | 0,06   |
| Brüt Satış Kârı/Net Satışlar Oranı  | 0,23    | 0,25 | 0,25   | 0,48   | 0,48  | 0,49   |
| Faaliyet Kârı/Net Satışlar Oranı  | 0,03    | 0,04 | 0,04   | 0,04   | 0,03  | 0,06   |
| Net Kâr/Net Satışlar Oranı  | 0,01    | 0,01 | (0,02) | 0,01   | 0,02  | (0,02) |
| Satılan Malın Maliyeti/Net Satışlar Oranı   | 0,77    | 0,75 | 0,75   | 0,52   | 0,52  | 0,51   |
| Faaliyet Giderleri /Net Satışlar Oranı  | 0,20    | 0,21 | 0,21   | 0,44   | 0,45  | 0,43   |
| Faiz Giderleri /Net Satışlar Oranı  | 0,04    | 0,04 | 0,05   | 0,03   | 0,03  | 0,03   |
| Faiz ve Vergiden Önceki Kâr/ Faiz Giderleri Oranı                                     | 3,13    | 1,52 | 1,12   | 7,69   | 13,42 | (0,14) |
| Net Kâr+Faiz Giderleri/Faiz Giderleri Oranı   | 2,62    | 1,29 | 0,97   | 6,54   | 10,62 | (1,40) |

Tablo 9 değerlendirildiğinde Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde özkaynak karlılığı oran ortalamaları, 2014 yılında 0,06, 2015 yılında 0,13, 2016 yılında -0,01 olduğu gözlemlenmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise, 2014 yılında 0,08, 2015 yılında 0,30, 2016 yılında -0,09 olduğu görülmektedir. Türkiye ve Avrupa işletmelerinin ortalamaları karşılaştırıldığında, 2014 ve 2015 yıllarında Avrupa'daki işletmelerin ortaklarca tahsis edilen özkaynaklarını, Türkiye'deki işletmelere oranla daha etkin ve verimli kullandıkları gözlemlenmektedir. 2016 yılında ise büyük oranda bir farklılık olmamakla beraber hem Türkiye hem de Avrupa işletmelerinin özkaynak karlılığı oranlarının negatif olduğu görülmektedir. Yine 2015 yılında hem Türkiye'de hem de Avrupa'da yiyecek içecek işletmelerinin en yüksek özkaynak karlılık oranına ulaştıkları görülmektedir. 2016 yılında ise hem Türkiye'de hem de Avrupa'da yiyecek içecek işletmelerinin negatif özkaynak karlılığı içerisinde oldukları görülmektedir. Bu bağlamda hem Türkiye hem de Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin özkaynak karlılık oranlarının analiz sürecindeki eğilimleri itibariyle benzerlik gösterdiğini söylemek mümkündür.

Vergi öncesi karın özkaynaklara oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde vergi öncesi karın özkaynaklara oranı ortalamaları, 2014 yılında 0,09, 2015 yılında 0,16, 2016 yılında 0,02 seviyelerindedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise, 2014 yılında 0,11, 2015 yılında 0,24, 2016 yılında ise -0,05 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Söz konusu oran, özkaynakların karlılığı oranını tamamlayıcı niteliktedir. Ayrıca, vergi yükünün sebep olabileceği hataları önlemek açısından önemlidir (Çabuk ve Lazol, 2008: 194). Dolayısıyla karın vergiden arındırılmasıyla, hem Türkiye hem de Avrupa açısından

genel itibariyle karlılık oranlarında artış söz konusu olmaktadır. Dönem net karı/öz kaynaklar oranında meydana gelen artış ya da azalışlar, vergi oranlarının yeniden düzenlenmesi gibi tümüyle işletme dışındaki bir sebepten kaynaklanabilir. Bu bağlamda, vergi öncesi karın özkaynaklara oranlanması, varsa vergilerdeki değişimlerin kar hususundaki etkilerini ortaya koyma bağlamında önem arz etmektedir.

Ekonomik rantabilite oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde ekonomik rantabilite oranının, 2014 yılında 0,05, 2015 yılında 0,06 ve 2016 yılında 0,04 olarak gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise bu oranın, 2014 yılında 0,04, 2015 yılında 0,09, 2016 yılında 0,07 şeklinde olduğu görülmektedir. Ekonomik rantabilite oranı, işletmelerin sağladıkları fonların getirisinin ölçülmesi amacıyla hesaplanmakta ve oranın özkaynak karlılığı oranından düşük olması arzu edilmektedir. Ters durumda, yabancı kaynak maliyetinin optimal düzeyin üzerinde olduğu söylenebilir (Toroslu ve Durmuş, 2016: 169). Türkiye ve Avrupa oranları incelendiğinde, Avrupa'daki işletmelerin toplam kaynaklarını, Türkiye'deki işletmelere oranla daha karlı kullandıkları görülmektedir. Diğer taraftan hem Türkiye hem de Avrupa işletmelerinin 2016 yılı ekonomik rantabilite oranlarının, özkaynak karlılığı oranından yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla söz konusu yılda yabancı kaynak maliyetlerinin normalin üzerinde seyrettiğini söylemek mümkündür.

Aktif karlılığı oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde bu oranın, 2014 ve 2015 yıllarında 0,02, 2016 yılında ise -0,01 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise bu oranın ortalamalarının, 2014 yılında 0,03, 2015 yılında 0,02, 2016 yılında 0,00 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Aktif karlılığı oranı, işletmelerin varlıklarından etkin ve verimli yararlanıp yararlanmadıklarını ve varlıklara yapılan yatırımlar üzerinden sağladıkları karlılığı belirtmektedir (Elmas, 2015: 229). Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrisinin aktif karlılığı oran ortalamaları karşılaştırıldığında, her 3 yıl için de oranların birbirine çok yakın ve çok düşük olduğu görülmektedir.

Birikmeli (kümülatif) kârlılık oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde birikmeli kârlılık oranı ortalamalarının, 2014-2015-2016 yıllarında 0,01 olarak gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise bu oran ortalamalarının, 2014 yılında 0,07, 2015 yılında 0,09 ve 2016 yılında 0,06 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Bu oran, işletmelerin uzun vadedeki karlılığını ifade etmesinin yanı sıra analistlere işletmelerin kar dağıtım politikaları hususunda da bilgi sağlamaktadır (Akgüç, 2011: 488). Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrisinin söz konusu oran ortalamaları karşılaştırıldığında, Avrupa'daki işletmelerin uzun süreli karlılığının Türkiye'deki işletmelere oranla daha yüksek olduğu söylenebilir.



Brüt satış kârı/net satışlar (brüt kar marjı) oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde brüt kar marjı ortalamalarının, 2014 yılında 0,23, 2015 ve 2016 yıllarında ise 0,25 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise bu oran ortalamalarının, 2014 ve 2015 yıllarında 0,48, 2016 yılında ise 0,49 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Söz konusu oran işletmelerin satış karlılığını ifade etmektedir. Oran için bir standart olmamasına karşın, artış eğilimi sergilemesi satılan malın maliyetinin toplam satışlar içindeki payının azaldığını göstermektedir (Çabuk ve Lazol, 2008: 194). Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrisinin söz konusu oran ortalamaları karşılaştırıldığında, Avrupa'daki işletmelerde, net satışlar içerisinde satılan malın maliyetinin Türkiye'deki işletmelere kıyasla daha az olduğu dolayısıyla satış ve üretim maliyetlerinin Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinde daha etkin kontrol edildiğini söylemek mümkündür. Özellikle satılan malın maliyeti/net satışlar oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, bu sonucu desteklediği gözlemlenmektedir.

Faaliyet kârı/net satışlar (faaliyet kar marjı) oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde faaliyet kar marjı ortalamalarının, 2014 yılında 0,03, 2015 ve 2016 yıllarında ise 0,04 seviyelerinde gerçekleştiği görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi ortalamaları ise, 2014 yılında 0,04, 2015 yılında 0,03 ve 2016 yılında 0,06 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Türkiye ve Avrupa işletmelerinin ortalamaları karşılaştırıldığında oranların 2014 ve 2015 yılları için birbirlerine oldukça yakın olduğu ancak düşük gerçekleştiği söylenebilir. Avrupa işletmelerinin ortalamalarının 2014 ve 2015 yılları arasında azaldığı dolayısıyla, endüstrinin esas faaliyet karlılığının ve verimliliğinin düştüğü ifade edilebilir. 2016 yılında ise hem Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin söz konusu yıldaki oranına hem de bir önceki yıla kıyasla artmış olduğu görülmektedir. Bu durum, Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin 2016 yılında esas faaliyetlerinin daha karlı ve verimli olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilebilmektedir. Türkiye açısından ise, 2014 ve 2015 ve 2016 yıllarına doğru küçük de olsa bir artış söz konusudur. Bu bağlamda endüstrideki işletmelerin ana faaliyetlerinin bir önceki yıla oranla daha karlı olduğunu söylemek mümkündür. Faaliyet giderleri/net satışlar oranı bağlamında elde edilen bulgular da bu sonucu desteklemektedir.

Net kar/net satışlar (net kar marjı) oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde net kar/net satışlar oranı ortalamalarının, 2014 yılında 0,01, 2015 yılında 0,01, 2016 yılında -0,02 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi ortalamalarının ise 2014 yılında 0,01, 2015 yılında 0,02, 2016 yılında -0,02 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Söz konusu oran, işletmenin faiz ve vergilerini de kapsayarak tüm giderlerinin karşılanmasının ardından net satışlarından yüzde kaçlık net kar sağladığını ifade etmektedir (Akıncı ve Erdoğan, aktaran Şamiloğlu ve Akgün, 2015: 439). Net

kar marjının yüksek olması ya da yükselme eğiliminde olması işletme için olumlu bir durum olarak değerlendirilmektedir (Toroslu ve Durmuş, 2016: 167). Türkiye ve Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin net kar marjı ortalamaları karşılaştırıldığında, net kar marjı oranının tüm yıllar bağlamında çok düşük seviyelerde gerçekleştiği hatta 2016 yılında hem Türkiye'deki hem de Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin negatif net kar marjına sahip oldukları gözlemlenmektedir.

Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde satılan malın maliyeti/net satışlar oranı ortalamalarının, 2014 yılında 0,77, 2015 ve 2016 yıllarında ise 0,75 olduğu gözlemlenmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi ortalamaları ise, 2014 ve 2015 yıllarında 0,52, 2016 yılında ise 0,51 olduğu görülmektedir. Söz konusu oran, işletmenin geçmiş yıl oranlarıyla ve aynı endüstri içerisinde yer alan işletmelerin zaman içerisindeki seyrine bakılarak değerlendirilmelidir. Bu oranın düşüş eğilimi göstermesi olumlu bir gelişme olarak ifade edilmektedir (Akgüç, 2011: 491). Türkiye ve Avrupa işletmeleri karşılaştırıldığında, söz konusu oranın 3 yıl için de Türkiye işletmelerinin Avrupa işletmelerine göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'deki işletmelerde net satışları gerçekleştirmek için katlanılan üretilen ve satılan malın maliyetinin Avrupa'daki işletmelere kıyasla daha fazla olduğu söylenebilmektedir.

Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde faaliyet giderleri/net satışlar oranı ortalamalarının, 2014 yılında 0,20, 2015 ve 2016 yıllarında ise 0,21 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise bu oranın ortalamalarının, 2014 yılında 0,44, 2015 yılında 0,45 ve 2016 yılında 0,43 olduğu gözlemlenmektedir. Bu oran, faaliyet giderlerini net satışlarla karşılaştırarak işletmelerin yönetimlerinin etkinliğini ölçmektedir. Oranın düşük olması işletmenin esas faaliyetlerinden kar sağlama düzeyini arttırmaktadır (<https://www.investopedia.com/terms/o/operatingratio.asp>). Türkiye ve Avrupa işletmelerinin ortalamaları karşılaştırıldığında, her yıl için Avrupa'daki işletmelerin Türkiye işletmelerinin oldukça üzerinde yüzdelerle sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerine kıyasla net satışlarına göre daha fazla faaliyet giderlerine katlandıkları söylenebilir.

Faiz giderleri/net satışlar oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde faiz giderleri/net satışlar oranı ortalamalarının, 2014 ve 2015 yıllarında 0,04 ve 2016 yılında 0,05 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi ortalamalarının ise 2014-2015-2016 yıllarında 0,03 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Türkiye ve Avrupa işletmelerinin ortalamaları karşılaştırıldığında, oranların analiz döneminde birbirlerine yakın olduğu ancak genel anlamda, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin her bir para birimlik net satışında Avrupa ülkelerindeki yiyecek içecek işletmelerine oranla daha fazla finansman giderine katlandıklarını söylemek mümkündür.

Faiz ve vergiden önceki kâr/ faiz giderleri oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde faiz ve vergiden önceki kâr/ faiz giderleri oranı ortalamalarının, 2014 yılında 3,13, 2015 yılında 1,52, 2016 yılında 1,12 olduğu gözlemlenmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise söz konusu oran ortalamaları ise 2014 yılında 7,69, 2015 yılında 13,42, 2016 yılında -0,14 olduğu görülmektedir. Söz konusu oran, bir dönemde finansman giderlerinin kaç katı kadar gelir elde edildiğini göstermektedir. Kredi verenler, söz konusu oranın yüksek olmasını isterler çünkü oran ne kadar yüksek olursa emniyet payı da o derece yükselmektedir (Met, 2013; 85). Faiz karşılama oranının, A.B.D bankalarınca 7:1 ya da 8:1 seviyelerinde olması yeterli kabul edilebilmektedir (Akgüç, 2011; 495). Türkiye ve Avrupa işletmeleri karşılaştırıldığında, istenen standardın oldukça altında olmasıyla birlikte 2014 ve 2015 yıllarında Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin faiz ödemelerini karşılama yeteneğinin, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerine oranla daha fazla olduğu söylenebilmektedir. 2016 yılında ise, hem Türkiye hem de Avrupa işletmelerinin bir önceki yıla göre düşüş eğiliminde oldukları hatta Avrupa işletmelerinin negatif bir seyir gösterdiği gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, sadece 2016 yılında Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin faiz ödemelerini karşılama yeteneğinin Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerine göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Net kâr+faiz giderleri/faiz giderleri oranı bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde net kâr+faiz giderleri/faiz giderleri oranı ortalamalarının, 2014 yılında 2,62, 2015 yılında 1,29, 2016 yılında 0,97 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisi ortalamalarının ise, 2014 yılında 6,54, 2015 yılında 10,62, 2016 yılında -1,40 seviyelerinde olduğu gözlemlenmektedir. Söz konusu oranın, 4:1 ya da 3:1 olması yeterli görülmektedir. Bu oranın, kamu hizmet işletmelerinde 2:1 olarak gerçekleşmesi alt sınır olarak kabul görebilmektedir. Türkiye'de işletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirirken daha fazla yabancı kaynak kullandıklarından ve faiz oranlarının yüksek oluşundan söz konusu oran düşük bulunmaktadır (Akgüç, 2006: 239). Türkiye ve Avrupa'daki yiyecek içecek işletmeleri karşılaştırıldığında söz konusu oran açısından, Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin söz konusu oran ortalamalarının 2014 ve 2015 yıllarında optimal düzeyin üzerinde olduğu, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin ise hem Avrupa ortalamalarının hem de optimal düzeyin altında kaldığı görülmektedir. 2016 yılında ise, hem Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin hem de Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin optimal düzeyin altında kaldığı hatta Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin negatif düzeyde olduğu gözlemlenmektedir. 2016 yılı dışında genel anlamda, Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin faiz giderlerini karşılama hususunda Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerine oranla daha iyi olduklarını söylemek mümkündür.

## 5.2. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Finansal Performansının Ülke Bazlı Karşılaştırılması

Bu kısımda, çalışma örneklemini oluşturan yiyecek içecek işletmelerinin endüstri ortalamaları ülke bazlı olarak likidite, finansal yapı, devir hızları ve karlılık oranları bağlamında karşılaştırılmaya çalışılmıştır. Elde edilen oranlardan, finans literatüründe kabul görmüş optimal değerlere sahip olan oranlar, bu değerler baz alınarak yorumlanmaya çalışılmıştır. Kabul görmüş optimal değerlere sahip olmayan oranlar, endüstri oranları karşılaştırılarak yorumlar yapılmıştır. Bu bağlamda öncelikle aşağıda likidite oranları bağlamında 10 ülkedeki yiyecek içecek işletmelerinin ortalamaları Tablo 10a ve Tablo 10b’de sunulmaktadır. Tablolarda ilgili oranların en yüksek ve en düşük gerçekleşen değerleri koyu olarak vurgulanmıştır.

**Tablo 10.1.** Likidite Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması

|                   | Cari Oran   |             |             | Asit-Test Oranı |             |             | Nakit Oranı |             |             | Stoklar/Dönen Varlıklar Oranı |             |             |
|-------------------|-------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------------------------|-------------|-------------|
|                   | 2014        | 2015        | 2016        | 2014            | 2015        | 2016        | 2014        | 2015        | 2016        | 2014                          | 2015        | 2016        |
| <b>TÜRKİYE</b>    | 1,16        | 1,12        | 1,08        | 0,70            | 0,69        | 0,63        | 0,19        | 0,13        | 0,08        | <b>0,30</b>                   | <b>0,29</b> | <b>0,32</b> |
| <b>İNGİLTERE</b>  | 1,10        | <b>1,32</b> | 1,22        | 0,93            | <b>1,14</b> | 1,07        | 0,58        | <b>0,73</b> | 0,64        | 0,13                          | 0,13        | 0,12        |
| <b>FRANSA</b>     | 1,02        | 0,99        | 1,01        | 0,87            | 0,83        | 0,83        | 0,39        | 0,37        | 0,29        | 0,11                          | 0,11        | 0,11        |
| <b>POLONYA</b>    | 0,93        | 1,27        | 0,67        | 0,73            | 0,73        | 0,53        | 0,47        | 0,45        | 0,27        | <b>0,10</b>                   | 0,09        | 0,12        |
| <b>FİNLANDİYA</b> | 1,30        | 1,19        | 1,36        | 1,02            | 0,95        | 1,11        | 0,34        | 0,39        | 0,54        | 0,19                          | 0,18        | 0,17        |
| <b>İSPANYA</b>    | <b>1,55</b> | 0,95        | 1,42        | <b>1,31</b>     | 0,72        | 1,24        | <b>0,87</b> | 0,38        | 0,74        | 0,14                          | 0,29        | 0,11        |
| <b>SİRBİSTAN</b>  | <b>0,31</b> | 0,86        | <b>2,88</b> | <b>0,27</b>     | 0,80        | <b>2,81</b> | 0,22        | 0,68        | <b>2,71</b> | 0,11                          | <b>0,07</b> | <b>0,02</b> |
| <b>İTALYA</b>     | 0,61        | 0,62        | 0,49        | 0,46            | 0,46        | 0,37        | 0,24        | 0,22        | 0,19        | 0,24                          | 0,26        | 0,24        |
| <b>PORTEKİZ</b>   | 0,47        | 0,48        | 0,70        | 0,34            | 0,34        | 0,52        | 0,22        | 0,21        | 0,31        | 0,21                          | 0,23        | 0,13        |
| <b>RUSYA</b>      | 0,51        | <b>0,27</b> | <b>0,44</b> | 0,43            | <b>0,22</b> | <b>0,34</b> | <b>0,03</b> | <b>0,03</b> | <b>0,07</b> | 0,15                          | 0,19        | 0,22        |

**Tablo 10.2.** Likidite Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması

|                   | Stoklar/Varlık (Aktif) Top.Oranı |             |             | Kısa Vad.Alac./Dönen Varlık.Oranı |             |             | Kısa Vad.Alac./Varlık (Aktif) Toplamı Oranı |             |             |
|-------------------|----------------------------------|-------------|-------------|-----------------------------------|-------------|-------------|---|-------------|-------------|
|                   | 2014                             | 2015        | 2016        | 2014                              | 2015        | 2016        | 2014  | 2015        | 2016        |
| <b>TÜRKİYE</b>    | <b>0,12</b>                      | <b>0,12</b> | <b>0,15</b> | 0,42                              | 0,42        | 0,41        | 0,20  | <b>0,21</b> | <b>0,21</b> |
| <b>İNGİLTERE</b>  | 0,02                             | 0,02        | 0,02        | 0,25                              | 0,25        | 0,30        | 0,05  | 0,05        | 0,06        |
| <b>FRANSA</b>     | 0,03                             | 0,03        | 0,03        | 0,49                              | 0,47        | <b>0,51</b> | 0,16  | 0,15        | 0,16        |
| <b>POLONYA</b>    | 0,03                             | 0,03        | 0,02        | 0,28                              | 0,25        | 0,38        | 0,09  | 0,08        | 0,09        |
| <b>FİNLANDİYA</b> | 0,04                             | 0,04        | 0,04        | 0,44                              | 0,46        | 0,44        | 0,10  | 0,10        | 0,10        |
| <b>İSPANYA</b>    | 0,05                             | 0,04        | 0,03        | 0,28                              | 0,33        | 0,39        | 0,05  | 0,04        | 0,10        |
| <b>SİRBİSTAN</b>  | <b>0,00</b>                      | <b>0,00</b> | <b>0,00</b> | <b>0,11</b>                       | <b>0,12</b> | <b>0,03</b> | <b>0,00</b>                                 | <b>0,00</b> | <b>0,00</b> |
| <b>İTALYA</b>     | 0,05                             | 0,06        | 0,05        | 0,37                              | 0,38        | 0,36        | 0,08  | 0,08        | 0,07        |
| <b>PORTEKİZ</b>   | 0,03                             | 0,03        | 0,03        | 0,25                              | 0,27        | 0,30        | 0,03  | 0,04        | 0,06        |
| <b>RUSYA</b>      | 0,05                             | 0,05        | 0,06        | <b>0,67</b>                       | <b>0,50</b> | 0,47        | <b>0,22</b>                                 | 0,14        | 0,12        |

Tablo 10a incelendiğinde, cari oran açısından en düşük oranın 2015 yılında 0,27 ile Rusya’da gerçekleştiği görülmektedir. Söz konusu oran açısından en yüksek değer ise 2016 yılında 2,88 ile Sırbistan’da gerçekleşmiştir. Cari oranın finans literatüründe en az 1.50-2.00 civarında olması istenmektedir. Bu bağlamda, 3 yıllık süreçte 2014’de İspanya ve 2016’da Sırbistan dışında tüm ülkelerin cari oranının optimal düzeyin altında kaldığı gözlemlenmiştir.

Dolayısıyla genel olarak analize dahil ülkelerdeki yiyecek içecek işletmelerinin cari oran açısından kısa vadeli yükümlülüklerini karşılama hususunda yetersiz oldukları söylenebilir.

Asit-Test oranı açısından, en düşük oranın 2015 yılında 0,22 ile Sırbistan'da, en yüksek oranın ise 2016 yılında 2,81 ile yine Sırbistan'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Bu oranın, genellikle 1 olması finans literatüründe yeterli görülmektedir. Genel olarak, tüm ülkelerde söz konusu oran yeterli görülen optimal düzeyin altındadır. Bu bağlamda, işletmelerin nakit ve kısa sürede nakde dönüştürülmesi mümkün finansal varlıklarıyla kısa vadeli yabancı kaynaklarını karşılama hususunda yetersiz oldukları görülmektedir. 3 yıllık süreçte, optimal düzeye en yakın oranlara İspanya ve Finlandiya'daki yiyecek içecek işletmelerinin sahip olduğu söylenebilir.

Nakit oranı incelendiğinde, en düşük oranın 2014 ve 2015 yıllarında 0,03 ile Rusya'da, en yüksek oranın ise 2016 yılında 2,71 ile Sırbistan'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Söz konusu oranın, 0,20 olması yeterli görülmektedir. Genel olarak nakit oranının, 3 yıllık süreçte ülkelerin genelinde optimal düzeyin üzerinde olduğu görülmektedir. Ancak, Türkiye ve Rusya'daki yiyecek içecek işletmelerinin nakit oranları her yıl için optimal düzeyin altında kalmıştır. Bu durum, işletmelerin nakit ve nakit benzeri varlıklarıyla kısa vadeli yükümlülüklerini yerine getirmede yetersiz olduklarını ifade etmektedir. Öte yandan, 2016 yılında Sırbistan'da gerçekleşen nakit oran diğer ülkelere ve optimal düzeye kıyasla oldukça yüksektir. Oranın bu denli yüksek olması işletmelerin gereğinden fazla nakit ve nakit benzeri varlığı bünyesinde atıl olarak bulundurduğunu ifade edebilir. Bu durum işletmelerin karlılığını olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Stoklar/dönen varlıklar oranı incelendiğinde, en düşük oranın 0,02 ile 2016 yılında Sırbistan'da gerçekleştiği, en yüksek oranın ise 0,32 ile 2014 yılında Türkiye'de gerçekleştiği görülmektedir. Söz konusu oran için standart bir değer bulunmamaktadır. Bu oran, işletme sermayesinin ne düzeyde stoklara bağlanmış olduğunu ifade etmektedir. Genel olarak, 3 yıl bağlamında en düşük değerler İngiltere, Fransa, Polonya ve Sırbistan'da gerçekleşmiştir. 3 yıl üst üste en yüksek oranlar ise Türkiye'de gerçekleşmiştir. Bu durum, Türkiye'de stokların yiyecek içecek işletmelerinde çalışma sermayesi içinde diğer ülkelere oranla daha fazla yer tuttuğunu, yani Türkiye'de stok yatırımının daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 10b'deki Stoklar/varlık toplamı oranı incelendiğinde, en düşük oranın 3 yıllık süreçte 0,00 ile Sırbistan'da, en yüksek oranların ise Türkiye'de gerçekleştiği görülmektedir. Bu bulgu, Sırbistan'ın stok tüketiminin çok hızlı olduğunu ya da stoksuz çalıştığını ifade etmektedir. Bu durum, stok maliyetini ortadan kaldırırken, gerçekleştirilecek yüksek arz durumunda müşteri kaybına ve düşük karlılığa sebep olabilmektedir. Türkiye'de ise stokların varlıklar içerisindeki payı diğer ülkelere kıyasla oldukça yüksektir. Bu durum, durgunluk dönemlerinde satışların düşmesiyle stokların neden olduğu maliyetin, sağladığı karlılığın üstüne çıkmasına neden olabilir.

Kısa vadeli alacaklar/dönen varlıklar oranı incelendiğinde, en düşük oranın 0,03 ile 2016'da Sırbistan'da, en yüksek oranın ise 0,67 ile 2014 yılında Rusya'da gerçekleştiği görülmektedir. Genel olarak 3 yıllık bağlamda, en düşük değerler Sırbistan'da, en yüksek değerler Rusya'da görülmüştür. Bu durum, Rusya'daki yiyecek içecek işletmelerinin kredili satışlara daha fazla yöneldiğini göstermektedir.

Kısa vadeli alacaklar/varlık(aktif) toplamı oranı incelendiğinde, en düşük oranın her 3 yıl için de Sırbistan'da, en yüksek oranın ise 2014 yılında Rusya'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. 3 yıllık bağlamda ise en yüksek oranlar Türkiye'de gerçekleşmiştir. Bu durum, Sırbistan işletmeleri açısından kısa ve uzun vadeli kredili satışların olmaması şeklinde yorumlanabilmektedir. Türkiye'nin ise diğer ülkelere oranla kısa ve uzun vadeli kredi satışa yönelme eğiliminin daha fazla olduğu söylenebilmektedir.

Aşağıda finansal yapı oranları bağlamında analiz kapsamına alınan 10 ülkedeki yiyecek içecek işletmelerinin ortalamaları Tablo 11a ve Tablo 11b'de sunulmaktadır. Tablo 11a ve 11b incelendiğinde kaldıraç oranları açısından, en düşük oranın 2016 yılında 0,15 ile Sırbistan'da, en yüksek oranın ise 1,25 ile 2015 ve 2016 yıllarında Rusya'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Finans literatüründe bu oranın 0,50'nin üstüne çıkılması istenmeyen bir durumdur. Bu bağlamda, Sırbistan dışındaki tüm ülkelerde genel anlamda bu oranın standardın üstünde gerçekleştiği görülmektedir. Oranın yüksek olması işletmelerin faiz ve anapara taksitlerini ödeme konusunda sıkıntı yaşamalarına sebep olabilmektedir.

Özkaynak/varlık(aktif)toplamı oranı incelendiğinde, en düşük oranın -0,25 ile 2015 ve 2016 yıllarında Rusya'da, en yüksek oranın ise 0,85 ile Sırbistan'da gerçekleştiği görülmektedir. 3yılılık bağlamda da aynı durum söz konusudur. Bu oran finansal kaldıraç oranını tamamlayan bir oran olduğundan, söz konusu oranın da 0,50 olması normal görülmektedir. Bu bağlamda, Sırbistan'ın varlıklarının büyük çoğunluğunu özkaynakları ile karşıladığı, buna karşın Rusya'nın ise eksi özkaynak ile çalıştığını söylemek mümkündür.

U.V.Y.K/devamlı sermaye oranı incelendiğinde, en düşük oranın -4,31 ile 2015 yılında Rusya'da, en yüksek oranın da 1,63 ile 2016 yılında yine Rusya'da gerçekleştiği görülmektedir. Bu oranın kamu hizmet işletmelerinde 1:2'yi ve sınıai işletmelerde ise 1:3'ü aşmaması istenmektedir.

Maddi duran varlıklar/özkaynaklar oranı incelendiğinde, en düşük oranın -8,22 ile 2016 yılında Rusya'da en yüksek oranın ise 3,30 ile 2015 yılında Polonya'da gerçekleştiği görülmektedir. Bu oran, maddi duran varlıkların ne düzeyde özkaynaklarla karşılandığını ifade eder. Finans literatüründe oranın 1'den küçük olması maddi varlıkların tamamının özkaynaklarla karşılandığını belirtmektedir. Bu bağlamda, 3 yıllık süreçte, Rusya'nın eksi özkaynak ile çalıştığını ve maddi duran varlıklarını yabancı kaynaklarla karşıladığını söylemek mümkündür.

Maddi duran varlıklar/uzun vadeli yabancı kaynak oranı incelendiğinde, en düşük oranın 0,57 ile 2016 yılında Finlandiya'da, en yüksek oranın ise yine aynı yılda 8,04 ile Sırbistan'da gerçekleştiği görülmektedir. 3 yıllık süreç bağlamında da en düşük oranlar Finlandiya'da, en yüksek oranlar ise Sırbistan'da söz konusudur. Bu oranın %100'den düşük çıkması, işletmelerin sahip oldukları maddi duran varlıklarının tamamını uzun vadeli finansmanla karşıladıklarını ifade ettiğinden yalnızca Finlandiya'nın 3 yıl bağlamında, İspanya'nın 2014'de, İtalya'nın 2014 ve 2015'de ve Rusya'nın da 2016'da maddi duran varlıklarını karşılamak için kısa vadeli finansmana ya da ilave herhangi bir sermayeye gereksinim duymadıklarını göstermektedir. Diğer tüm ülkelerde söz konusu oran %100'den büyük olduğundan, bu ülkelerde uzun vadeli finansmanın maddi duran varlıkları karşılamada yetersiz olduğunu, aradaki farkın özkaynaklar ile karşılanamaması durumunda kısa vadeli fonlamaya gidileceği söylenebilmektedir. Aynı zamanda, uzun vadeli kaynak yaratmak için teminat olarak gösterecekleri maddi duran varlıklarının borçlarından daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 11b'de sunulan kısa vadeli yabancı kaynak/yabancı kaynak toplamı oranı incelendiğinde, en düşük oranın 0,27 ile 2015 yılında Sırbistan'da, en yüksek oranın ise 0,84 ile yine aynı yılda Rusya'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Bu oranın literatürde 2/3 civarında olması uygun görülmektedir. Bu bağlamda, 3 yıllık süreçte 2015 yılında Rusya ve 2016 yılında Türkiye dışında diğer tüm yıllarda ve ülkelerde bu oranın optimal düzeyin altında kaldığı görülmektedir.

**Tablo 11.1.** Mali Yapı Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması

|                   | Yabancı Kaynak Toplamı/Varlık Toplamı Oranı (Kaldıraç Oranı) |             |             | Öz Kaynak/Varlık Toplamı Oranı |              |              | U.V.Y.K. /Devamlı Sermaye Oranı |              |             | Maddi Duran Varlık/Öz Kaynak Oranı |              |              | Maddi Duran Varlık/ U.V.Y.K. Oranı |             |             |
|-------------------|--|-------------|-------------|--------------------------------|--------------|--------------|---------------------------------|--------------|-------------|------------------------------------|--------------|--------------|------------------------------------|-------------|-------------|
|                   | 2014   | 2015        | 2016        | 2014                           | 2015         | 2016         | 2014                            | 2015         | 2016        | 2014                               | 2015         | 2016         | 2014                               | 2015        | 2016        |
| <b>TÜRKİYE</b>    | 0,72   | 0,74        | 0,79        | 0,28                           | 0,26         | 0,21         | 0,47                            | 0,54         | 0,53        | 1,17                               | 1,13         | 1,11         | 1,57                               | 1,84        | 1,89        |
| <b>İNGİLTERE</b>  | 0,52   | 0,52        | 0,51        | 0,48                           | 0,48         | 0,49         | 0,36                            | 0,38         | 0,38        | 1,62                               | 1,65         | <b>1,84</b>  | 5,11                               | 5,33        | 4,01        |
| <b>FRANSA</b>     | 0,65   | 0,63        | 0,69        | 0,35                           | 0,37         | 0,31         | 0,46                            | 0,44         | 0,55        | 1,54                               | 0,82         | 1,02         | 1,91                               | 1,95        | 1,05        |
| <b>POLONYA</b>    | 0,90   | 0,69        | 0,66        | 0,10                           | 0,31         | 0,34         | 0,88                            | 0,52         | 0,45        | <b>1,74</b>                        | <b>3,30</b>  | 0,72         | 3,18                               | 2,03        | 2,72        |
| <b>FİNLANDİYA</b> | 0,72   | 0,74        | 0,52        | 0,28                           | 0,26         | 0,48         | 0,61                            | <b>0,64</b>  | 0,39        | 0,35                               | 0,45         | 0,38         | <b>0,64</b>                        | <b>0,61</b> | <b>0,57</b> |
| <b>İSPANYA</b>    | 0,56   | 0,63        | 0,52        | 0,44                           | 0,37         | 0,48         | 0,43                            | 0,49         | 0,30        | 0,65                               | 0,93         | 0,35         | 0,75                               | 1,37        | 1,64        |
| <b>SİRBİSTAN</b>  | <b>0,22</b>  | <b>0,16</b> | <b>0,15</b> | <b>0,78</b>                    | <b>0,84</b>  | <b>0,85</b>  | <b>0,16</b>                     | 0,13         | <b>0,11</b> | 1,03                               | 1,13         | 1,24         | <b>6,63</b>                        | <b>7,89</b> | <b>8,04</b> |
| <b>İTALYA</b>     | 0,80   | 0,77        | 0,73        | 0,20                           | 0,23         | 0,27         | 0,68                            | 0,64         | 0,55        | 1,39                               | 1,57         | 1,82         | 0,85                               | 0,88        | 1,16        |
| <b>PORTEKİZ</b>   | 0,45   | 0,46        | 0,64        | 0,55                           | 0,54         | 0,36         | 0,23                            | 0,24         | 0,49        | 1,18                               | 1,09         | 1,09         | 3,57                               | 3,39        | 1,24        |
| <b>RUSYA</b>      | <b>1,06</b>  | <b>1,25</b> | <b>1,25</b> | <b>-0,06</b>                   | <b>-0,25</b> | <b>-0,25</b> | <b>1,16</b>                     | <b>-4,31</b> | <b>1,63</b> | <b>-2,13</b>                       | <b>-2,00</b> | <b>-8,22</b> | 1,16                               | 2,46        | 0,82        |

**Tablo 11.2.** Mali Yapı Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması

|                   | K.V.Y.K./Yabancı Kaynaklar Toplamı Oranı |             |             | U.V.Y.K./Yabancı Kaynaklar Toplamı Oranı |             |             | Dönen Varlıklar/Varlık Toplamı Oranı |             |             | Maddi Duran Varlık (Net)/Varlık Toplamı Oranı |             |             |
|-------------------|--|-------------|-------------|--|-------------|-------------|--------------------------------------|-------------|-------------|---|-------------|-------------|
|                   | 2014                                     | 2015        | 2016        | 2014                                     | 2015        | 2016        | 2014                                 | 2015        | 2016        | 2014  | 2015        | 2016        |
| <b>TÜRKİYE</b>    | <b>0,64</b>                              | 0,64        | <b>0,68</b> | <b>0,36</b>                              | 0,36        | <b>0,32</b> | <b>0,45</b>                          | <b>0,45</b> | <b>0,46</b> | 0,34  | 0,34        | 0,33        |
| <b>İNGİLTERE</b>  | 0,53                                     | 0,49        | 0,46        | 0,47                                     | 0,51        | 0,54        | 0,22                                 | 0,21        | 0,20        | 0,65  | 0,64        | 0,64        |
| <b>FRANSA</b>     | 0,59                                     | 0,59        | 0,52        | 0,41                                     | 0,41        | 0,48        | 0,33                                 | 0,32        | 0,31        | 0,28  | 0,29        | 0,29        |
| <b>POLONYA</b>    | 0,48                                     | 0,47        | 0,56        | 0,52                                     | 0,53        | 0,44        | 0,31                                 | 0,31        | 0,23        | 0,47  | 0,38        | 0,45        |
| <b>FİNLANDİYA</b> | 0,36                                     | 0,34        | 0,40        | 0,64                                     | 0,66        | 0,60        | 0,23                                 | 0,21        | 0,24        | <b>0,16</b>                                   | <b>0,17</b> | <b>0,16</b> |
| <b>İSPANYA</b>    | 0,36                                     | 0,39        | 0,48        | 0,64                                     | 0,61        | 0,52        | 0,29                                 | 0,12        | 0,24        | 0,17  | 0,33        | 0,23        |
| <b>SİRBİSTAN</b>  | <b>0,33</b>                              | <b>0,27</b> | <b>0,28</b> | <b>0,67</b>                              | <b>0,73</b> | <b>0,72</b> | <b>0,02</b>                          | <b>0,04</b> | <b>0,12</b> | <b>0,97</b>                                   | <b>0,94</b> | <b>0,88</b> |
| <b>İTALYA</b>     | 0,47                                     | 0,46        | 0,57        | 0,53                                     | 0,54        | 0,43        | 0,23                                 | 0,22        | 0,21        | 0,36  | 0,36        | 0,37        |
| <b>PORTEKİZ</b>   | 0,62                                     | 0,62        | 0,47        | 0,38                                     | 0,38        | 0,53        | 0,13                                 | 0,14        | 0,21        | 0,60  | 0,59        | 0,42        |
| <b>RUSYA</b>      | 0,60                                     | <b>0,84</b> | 0,48        | 0,40                                     | <b>0,16</b> | 0,52        | 0,33                                 | 0,28        | 0,26        | 0,49  | 0,51        | 0,54        |



Uzun vadeli yabancı kaynak/yabancı kaynak toplamı oranı incelendiğinde, en düşük oranın 0,16 ile 2015 yılında Rusya'da, en yüksek oranın ise 0,73 ile yine aynı yılda Sırbistan'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Bu oranın literatürde 1/6 civarında olması uygun görülmemekte ve söz konusu oranın kredi sağlayanlar tarafından kredi emniyeti açısından da çok yüksek olması istenmeyen bir durumdur. Bu bağlamda, 3 yıllık süreçte 2015 yılında Rusya dışında, tüm yıllar bağlamında Türkiye dışında ve 2014 ve 2015 yılları bağlamında Portekiz dışında tüm ülkelerde söz konusu oranın %40'ın üzerinde gerçekleştiği görülmektedir.

Dönen varlıklar/aktif(varlık)toplamı oranı incelendiğinde, en düşük oranların 3 yıllık bağlamda Sırbistan'da en yüksek oranların ise Türkiye'de gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Genel anlamda Avrupa ülkelerinde birbirine yakın oranlar söz konusudur. Bu oran, işletmenin dönen varlıklarının toplam varlıkları içerisindeki derecesini belirttiğinden Türkiye'de varlıkların neredeyse yarısının dönen varlıklardan oluştuğunu söylemek mümkündür. Kısa vadeli yatırımların nakde dönüşme süresinin duran varlıklara kıyasla daha hızlı olsa da alacakların zamanında tahsil edilememesi ya da satışların azalması gibi durumlarda kısa vadeli yükümlülükleri yerine getirme hususunda güçlük yaşanabilmektedir.

Maddi duran varlıklar(net)/varlık(aktif) toplamı oranı incelendiğinde, araştırma kapsamındaki 3 yıllık süreçte en düşük oranlar sırasıyla 0,16, 0,17, 0,16 olarak Finlandiya'da, en yüksek oranlar ise sırasıyla 0,97, 0,94, 0,88 olarak Sırbistan'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Genel anlamda bakıldığında, İngiltere, Sırbistan, Portekiz ve Rusya'nın varlık yatırımlarının yarısından fazlasını maddi duran varlıklara yaptıklarını söylemek mümkündür. Dolayısıyla, bu ülkelerdeki yiyecek içecek işletmeleri maddi duran varlıklarını teminat göstererek yeni ve uygun finansman sağlayarak yatırım olanaklarını genişletebilirler. Ancak, varlıkların yetersiz kapasiteyle kullanılmasının da karlılık düzeyini olumsuz yönde etkileyeceği unutulmamalıdır.

Aşağıda faaliyet oranları bağlamında 10 ülkedeki yiyecek içecek işletmelerinin ortalamaları Tablo 12a ve Tablo 12b'de sunulmaktadır.

**Tablo 12.1.** Faaliyet Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması

|                   | Stok Devir Hızı |              |              | Alacak Devir Hızı |              |              | Çalışma Sermayesi Devir Hızı |             |             |
|-------------------|-----------------|--------------|--------------|-------------------|--------------|--------------|------------------------------|-------------|-------------|
|                   | 2014            | 2015         | 2016         | 2014              | 2015         | 2016         | 2014                         | 2015        | 2016        |
| <b>TÜRKİYE</b>    | 21,67           | 15,59        | 16,44        | 19,85             | 19,69        | 16,46        | 3,22                         | 3,51        | 3,41        |
| <b>İNGİLTERE</b>  | 38,20           | 35,15        | 36,35        | <b>87,27</b>      | <b>82,25</b> | <b>63,17</b> | 7,18                         | 7,59        | 6,65        |
| <b>FRANSA</b>     | 21,07           | 22,04        | 21,83        | 19,01             | 23,51        | 23,35        | 3,36                         | 3,45        | 3,47        |
| <b>POLONYA</b>    | <b>48,47</b>    | <b>58,87</b> | <b>48,49</b> | 39,06             | 53,10        | 43,75        | 6,60                         | 6,29        | 7,56        |
| <b>FİNLANDİYA</b> | 15,05           | 13,61        | 13,95        | <b>11,66</b>      | <b>12,04</b> | 11,05        | 4,52                         | 5,93        | 5,27        |
| <b>İSPANYA</b>    | <b>7,04</b>     | <b>7,29</b>  | <b>6,78</b>  | 14,54             | 18,69        | <b>4,92</b>  | <b>2,61</b>                  | 4,26        | 2,14        |
| <b>SİRBİSTAN</b>  | 9,23            | 11,60        | 13,60        | 57,55             | 29,95        | 50,05        | 6,39                         | <b>2,79</b> | <b>1,45</b> |
| <b>İTALYA</b>     | 15,80           | 14,06        | 14,14        | 45,39             | 51,13        | 50,16        | <b>8,55</b>                  | 9,15        | <b>9,95</b> |
| <b>PORTEKİZ</b>   | 13,06           | 11,79        | 10,36        | 49,34             | 49,70        | 14,51        | 6,58                         | 6,46        | 3,03        |
| <b>RUSYA</b>      | 45,16           | 41,25        | 37,46        | 32,99             | 29,65        | 35,43        | 8,04                         | <b>9,18</b> | 9,63        |

**Tablo 12.2.** Faaliyet Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması

|                   | Maddi Duran Varlık Devir Hızı |              |              | Duran Varlık Devir Hızı |             |             | Öz Kaynak Devir Hızı |               |              | Aktif Devir Hızı |             |             |
|-------------------|-------------------------------|--------------|--------------|-------------------------|-------------|-------------|----------------------|---------------|--------------|------------------|-------------|-------------|
|                   | 2014                          | 2015         | 2016         | 2014                    | 2015        | 2016        | 2014                 | 2015          | 2016         | 2014             | 2015        | 2016        |
| <b>TÜRKİYE</b>    | 6,36                          | 6,05         | 7,18         | 3,24                    | 3,04        | 2,96        | 5,04                 | 5,76          | 5,90         | 1,35             | 1,35        | 1,35        |
| <b>İNGİLTERE</b>  | 2,93                          | 2,88         | 2,74         | 1,49                    | 1,39        | 1,37        | 2,66                 | 2,63          | 2,37         | 1,05             | 1,01        | 0,96        |
| <b>FRANSA</b>     | 10,17                         | 10,32        | 10,37        | 1,68                    | 1,66        | 1,60        | 4,40                 | 3,66          | 7,40         | 1,07             | 1,08        | 1,05        |
| <b>POLONYA</b>    | 4,33                          | 5,35         | 4,14         | 3,08                    | 2,73        | 2,27        | 2,88                 | <b>23,59</b>  | 6,55         | 2,02             | 1,81        | 1,74        |
| <b>FİNLANDIYA</b> | <b>47,17</b>                  | <b>34,20</b> | <b>30,44</b> | 1,34                    | 1,42        | 1,53        | 5,99                 | 6,81          | 2,47         | 1,03             | 1,13        | 1,17        |
| <b>İSPANYA</b>    | 6,09                          | 4,65         | 4,29         | 1,03                    | 0,60        | 0,58        | 1,39                 | 1,44          | 1,02         | 0,64             | 0,52        | 0,43        |
| <b>SIRBİSTAN</b>  | <b>0,14</b>                   | <b>0,11</b>  | <b>0,20</b>  | <b>0,14</b>             | <b>0,11</b> | <b>0,20</b> | 0,18                 | 0,13          | 0,20         | <b>0,14</b>      | <b>0,11</b> | <b>0,17</b> |
| <b>İTALYA</b>     | 5,34                          | 5,49         | 5,51         | 2,51                    | 2,56        | 2,57        | <b>9,73</b>          | 8,59          | <b>7,68</b>  | 1,94             | 2,00        | 2,04        |
| <b>PORTEKİZ</b>   | 1,42                          | 1,51         | 1,50         | 0,98                    | 1,03        | 0,81        | 1,55                 | 1,65          | 1,78         | 0,85             | 0,89        | 0,64        |
| <b>RUSYA</b>      | 5,38                          | 5,09         | 4,66         | <b>3,89</b>             | <b>3,60</b> | <b>3,40</b> | <b>-44,18</b>        | <b>-10,16</b> | <b>-9,94</b> | <b>2,62</b>      | <b>2,58</b> | <b>2,51</b> |

Tablo 12a incelendiğinde, stok devir hızı açısından, en düşük oranın 6,78 ile 2016 yılında İspanya'da, en yüksek oranın ise 58,87 ile 2015 yılında Polonya'da gerçekleştiği görülmektedir. Söz konusu oran, işletmelerin stoklarının yılda kaç defa üretime ve satışa çevrildiğini, ne derece verimli kullanıldığını ifade etmektedir ve dolayısıyla yüksek olması istenmektedir. Bu bağlamda, üç yıllık süreçte İngiltere, Polonya ve Rusya'nın stok devir hızlarının diğer ülkelere kıyasla daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Bu ülkelerdeki yiyecek içecek işletmelerinin, stoklarını daha verimli kullandıklarını ve rakipleri karşısında bu hususta daha avantajlı oldukları söylenebilir.

Alacak devir hızı oranları incelendiğinde, en düşük oranın 4,92 ile 2016 yılında İspanya'da, en yüksek oranın ise 87,27 ile 2014 yılında İngiltere'de gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Üç yıllık bağlamda da, en yüksek oranlar yine İngiltere'de gerçekleşmiştir. Söz konusu oran, bir hesap dönemi içinde alacakların kaç defa tahsil edildiğini ifade ettiğinden yüksek olması istenmektedir. Üç yıllık süreçte, alacak devir hızı oranları İngiltere, Polonya, Sırbistan ve İtalya açısından diğer ülkelere kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Söz konusu ülkeler için, alacaklarını daha etkin ve daha kısa sürede tahsil ettiklerini ve bu fonları yeniden faaliyetlerinde kullanma avantajı yakaladıkları söylenebilir. Üç yıl bağlamında, yıllar itibarıyla düşüş eğilimi gösteren Türkiye, Finlandiya, İspanya ve 2016 da Portekiz'de alacakları tahsil etme hususunda yetersiz kaldığını ya da alacakların daha uzun vadede tahsil edildiğini söylemek mümkündür.

Çalışma sermayesi devir hızı oranları incelendiğinde, en düşük oranın 1,45 ile 2016 yılında Sırbistan'da, en yüksek oranın ise 9,95 ile 2016 yılında İtalya'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Finans teorisinde söz konusu oranın yüksek olması olumlu kabul edilmektedir. Bu oranın, 3 yıllık süreçte genel olarak İngiltere'de, Polonya'da, İtalya'da ve Rusya'da diğer ülkelere kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, bu ülkelerdeki işletmelerin diğer ülkelere oranla daha etkin ve verimli bir çalışma sermayesi yönetiminin var

olduğunu söylemek mümkündür. Diğer ülkelerde ise, oranın düşük olması iş hacmi için gerekli çalışma sermayesi finansman ihtiyacının yüksek olduğunu göstermektedir.

Maddi duran varlık devir hızı oranları incelendiğinde, en düşük oranın 0,11 ile 2015 yılında Sırbistan'da, en yüksek oranın ise 47,17 ile 2014 yılında Finlandiya'da gerçekleştiği görülmektedir. Genel anlamda üç yıllık süreçte de yine en düşük oranlar Sırbistan'da, en yüksek oranlar da Finlandiya'da gözlemlenmektedir. Literatürde söz konusu oranla ilgili bir standart olmamakla birlikte sanayi işletmeleri açısından 5 olması olumlu kabul edilmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin, Fransa'nın Finlandiya'nın ve İtalya'nın istenilen düzeyin üzerinde oranlara sahip olduğunu ve maddi duran varlıklarını diğer ülkelere kıyasla daha etkin ve verimli kullandıkları söylenebilmektedir.

Duran varlık devir hızı oranları incelendiğinde, en düşük oranın 0,11 ile 2015 yılında Sırbistan'da, en yüksek oranın ise 3,89 ile 2014 yılında Rusya'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Üç yıllık süreçte de aynı eğilim söz konusudur; her bir yılda en düşük oranlar Sırbistan'da, en yüksek oranlar Rusya'da görülmektedir. Genel anlamda, Türkiye'nin, Polonya'nın İtalya'nın ve Rusya'nın diğer ülkelere kıyasla duran varlıklarını daha verimli kullandıklarını söylemek mümkündür.

Özkaynak devir hızı oranları incelendiğinde, en düşük oranın -44,18 ile 2014 yılında Rusya'da, en yüksek oranın ise 23,59 ile 2015 yılında Polonya'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Üç yıllık süreçte yalnızca Rusya'da negatif oranlar söz konusudur. Bu bağlamda Rusya'da yıllar itibariyle bir artış söz konusu olsa da negatif özkaynak ile çalıştıkları söylenebilir. Genel anlamda, 3 yıllık süreçte Türkiye'nin, Fransa'nın, Polonya'nın ve İtalya'nın sağladıkları sermaye üzerinden sağladıkları satış hacminin diğer ülkelere kıyasla daha fazla olduğu söylemek mümkündür. Dolayısıyla, söz konusu ülkeler özkaynaklarını daha verimli ve ekonomik kullanmışlardır.

Aktif devir hızı oranları incelendiğinde, en düşük oranın 0,11 ile 2015 yılında Sırbistan'da, en yüksek oranın ise 2,62 ile 2014 yılında Rusya'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Üç yıllık süreç açısından da, en düşük oranların Sırbistan'da en yüksek oranların ise Rusya'da olduğu görülmektedir. Bu oran, aktiflerin kendinden kaç kat satış sağladığını ifade ettiğinden, söz konusu oranın yüksek olması istenmektedir. Bu bağlamda, üç yıllık süreçte Polonya'nın İtalya'nın ve Rusya'nın diğer ülkelere kıyasla daha yüksek kapasiteyle ve daha verimli kullandıklarını söylemek mümkündür. Bu oran, işletme karlılığını belirleyen önemli bir oran olması sebebiyle diğer ülkelerin alacak, stok, nakit ve duran varlıkları konularındaki tutumlarını yeniden değerlendirmelerinin gerekli olduğu söylenebilmektedir.

Aşağıda karlılık oranları bağlamında 10 ülkedeki yiyecek içecek işletmelerinin ortalamaları Tablo 13a ve Tablo 13b'de sunulmaktadır. Tablo 13a ve 13b incelendiğinde, net kar/özkaynak oranı açısından, en düşük oranın -1,09 ile 2016 yılında Fransa'da, en yüksek

oranın ise 2,59 ile 2015 yılında Polonya'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Söz konusu oran, işletmenin sahiplerinin ya da ortaklarının sağladığı sermayenin her birimine karşılık gelen kar payını ifade etmektedir. Bu bağlamda, oranın yüksek olması istenmektedir. Genel anlamda, 3 yıllık süreçte Polonya'nın 2014 yılı hariç, Finlandiya'nın, İtalya'nın ve Portekiz'in diğer ülkelere kıyasla özkaynaklarını daha karlı ve verimli kullandıkları söylenebilmektedir. Diğer ülkeler ise, maliyetlerini düşürme ve özkaynaklarını farklı kullanım alanlarında değerlendirme hususlarını göz önünde bulundurmamışlardır. Rusya' da ise 2014 ve 2015 yıllarında negatif özkaynak söz konusu olduğundan söz konusu orana ilişkin pozitif değerler gerçekleşmiştir. Sonucun pozitif olması sebebiyle Rusya kar ediyor gibi görünmesine rağmen negatif mali rantabilite söz konusudur.

Vergi öncesi kar/özkaynak oranı incelendiğinde, en düşük oranın -1,04 ile 2016 yılında Fransa'da, en yüksek oranın ise 1,72 ile 2015 yılında Polonya'da gerçekleştiği görülmektedir. Genel anlamda üç yıllık süreçte, Polonya, İtalya ve Portekiz'deki yiyecek içecek işletmeleri, vergiden arındırılmış olarak diğer ülkelerdeki yiyecek içecek işletmelerine kıyasla özkaynakları üzerinden daha fazla karlılık sağlamışlardır.

Finansman giderleri ve vergiden önceki kar/kaynak(pasif) toplamı oranı incelendiğinde, en düşük oranın üç yıl bağlamında -0,04 ile Fransa'da, en yüksek oranın ise yine üç yıl bağlamında 0,19 ile Sırbistan'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Sırbistan açısından, söz konusu oranın diğer ülkelere oranla oldukça yüksek olmasının sebebi, daha az yabancı kaynak kullanımı ya da daha düşük maliyetli yabancı kaynak kullanımı nedeniyle diğer ülkelere oranla daha az faiz yüküne katlandıklarının bir göstergesi olarak kabul edilebilmektedir. Fransa ve İspanya'da ise gerçekleşen negatif oranlar için de faiz giderlerinin diğer ülkelere oranla yüksek olduğu ya da katlanılan yabancı kaynak maliyetinin elde edilen karın üzerinde olmasından kaynaklandığı söylenebilmektedir.

**Tablo 13.1.** Karlılık Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması

|            | Net Kâr/Öz Kaynak Oranı |       |       | Vergi Öncesi Kâr/Öz Kaynak Oranı |       |       | Finansman Giderleri ve Vergiden Önceki Kâr/Kaynak Toplamı Oranı (Ekonomik Rantabilite) |       |       | Net Kâr/Varlık (Aktif) Toplamı Oranı |       |       | Birikmeli (Kümülatif) Kârlılık Oranı |       |       | Faaliyet Kârı/Net Satışlar Oranı |       |       |
|------------|-------------------------|-------|-------|----------------------------------|-------|-------|--|-------|-------|--------------------------------------|-------|-------|--------------------------------------|-------|-------|----------------------------------|-------|-------|
|            | 2014                    | 2015  | 2016  | 2014                             | 2015  | 2016  | 2014   | 2015  | 2016  | 2014                                 | 2015  | 2016  | 2014                                 | 2015  | 2016  | 2014                             | 2015  | 2016  |
| TÜRKİYE    | 0,06                    | 0,13  | -0,01 | 0,09                             | 0,16  | 0,02  | 0,05   | 0,06  | 0,04  | 0,02                                 | 0,02  | -0,01 | 0,01                                 | 0,01  | 0,01  | 0,03                             | 0,04  | 0,04  |
| İNGİLTERE  | 0,09                    | 0,06  | 0,03  | 0,12                             | 0,10  | 0,06  | 0,08   | 0,08  | 0,08  | 0,04                                 | 0,03  | 0,00  | 0,15                                 | 0,15  | 0,11  | 0,06                             | 0,07  | 0,08  |
| FRANSA     | 0,02                    | -0,07 | -1,09 | 0,04                             | -0,04 | -1,04 | -0,04  | -0,04 | -0,04 | 0,00                                 | -0,02 | -0,03 | 0,16                                 | 0,16  | 0,06  | 0,00                             | -0,01 | -0,04 |
| POLONYA    | -0,02                   | 2,59  | 0,24  | -0,01                            | 1,72  | 0,36  | 0,05   | 0,05  | 0,05  | -0,01                                | 0,09  | 0,06  | -0,28                                | 0,15  | 0,14  | 0,02                             | 0,05  | 0,05  |
| FİNLANDİYA | 0,04                    | 0,10  | 0,08  | 0,09                             | 0,14  | 0,10  | 0,07   | 0,07  | 0,07  | 0,02                                 | 0,03  | 0,04  | 0,03                                 | 0,03  | 0,03  | 0,07                             | 0,07  | 0,07  |
| İSPANYA    | 0,12                    | -0,17 | -0,07 | 0,09                             | -0,20 | -0,11 | -0,03  | -0,03 | -0,03 | 0,05                                 | -0,06 | -0,02 | -0,02                                | -0,07 | -0,08 | 0,04                             | -0,03 | -0,03 |
| SİRBİSTAN  | 0,00                    | -0,10 | 0,04  | -0,02                            | -0,11 | 0,03  | 0,19   | 0,19  | 0,19  | 0,00                                 | -0,09 | 0,03  | 0,15                                 | -0,05 | 0,07  | -0,07                            | -0,79 | 0,19  |
| İTALYA     | 0,08                    | 0,14  | 0,18  | 0,17                             | 0,20  | 0,26  | 0,04   | 0,04  | 0,04  | 0,02                                 | 0,03  | 0,05  | 0,16                                 | 0,18  | 0,21  | 0,03                             | 0,03  | 0,04  |
| PORTEKİZ   | 0,07                    | 0,08  | 0,15  | 0,07                             | 0,11  | 0,19  | 0,12   | 0,12  | 0,12  | 0,04                                 | 0,04  | 0,06  | 0,51                                 | 0,51  | 0,33  | 0,06                             | 0,09  | 0,12  |
| RUSYA      | 0,68                    | 0,52  | -0,01 | 0,96                             | 0,58  | -0,09 | 0,00   | -0,04 | 0,11  | -0,04                                | -0,13 | 0,00  | -1,35                                | -1,66 | -1,71 | -0,04                            | -0,05 | 0,06  |

**Tablo 13.2.** Karlılık Oranlarının Ülke Bazlı Karşılaştırılması

|            | Brüt Satış Kârı/Net Sat.Oranı |      |      | Net Kâr/Net Satışlar Oranı |       |       | Satılan Malın Maliyeti/Net Satışlar Oranı |      |      | Faaliyet Giderleri /Net Satışlar Oranı |      |      | Faiz Gid./Net Satışlar Oranı |      |      | Faiz ve Vergiden Önceki Kâr/ Faiz Giderleri Oranı |        |       | Net Kâr+Faiz Giderleri/Faiz Giderleri Oranı |        |       |
|------------|-------------------------------|------|------|----------------------------|-------|-------|---|------|------|--|------|------|------------------------------|------|------|---|--------|-------|---|--------|-------|
|            | 2014                          | 2015 | 2016 | 2014                       | 2015  | 2016  | 2014                                      | 2015 | 2016 | 2014                                   | 2015 | 2016 | 2014                         | 2015 | 2016 | 2014  | 2015   | 2016  | 2014  | 2015   | 2016  |
| TÜRKİYE    | 0,23                          | 0,25 | 0,25 | 0,01                       | 0,01  | -0,02 | 0,77                                      | 0,75 | 0,75 | 0,20                                   | 0,21 | 0,21 | 0,04                         | 0,04 | 0,05 | 3,13  | 1,52   | 1,12  | 2,62  | 1,29   | 0,97  |
| İNGİLTERE  | 0,47                          | 0,46 | 0,46 | 0,00                       | 0,01  | 0,03  | 0,53                                      | 0,54 | 0,54 | 0,41                                   | 0,39 | 0,38 | 0,04                         | 0,04 | 0,03 | 12,09   | 22,86  | -2,14 | 10,28                                       | 18,14  | -4,17 |
| FRANSA     | 0,59                          | 0,59 | 0,59 | 0,01                       | -0,02 | -0,04 | 0,41                                      | 0,41 | 0,41 | 0,59                                   | 0,60 | 0,63 | 0,01                         | 0,00 | 0,01 | 0,53  | 0,12   | -3,33 | 0,52  | -0,36  | -2,39 |
| POLONYA    | 0,34                          | 0,35 | 0,36 | 0,00                       | 0,05  | 0,04  | 0,66                                      | 0,65 | 0,64 | 0,32                                   | 0,30 | 0,31 | 0,02                         | 0,01 | 0,02 | 1,11  | 3,98   | 5,23  | 0,74  | 4,39   | 4,31  |
| FİNLANDİYA | 0,45                          | 0,49 | 0,49 | 0,02                       | 0,03  | 0,03  | 0,55                                      | 0,52 | 0,51 | 0,38                                   | 0,42 | 0,42 | 0,00                         | 0,01 | 0,02 | 6,38  | 3,89   | 5,51  | 4,63  | 3,17   | 4,37  |
| İSPANYA    | 0,61                          | 0,61 | 0,62 | 0,14                       | -0,09 | -0,04 | 0,39                                      | 0,39 | 0,39 | 0,57                                   | 0,64 | 0,65 | 0,02                         | 0,01 | 0,02 | 0,18  | -4,61  | -1,17 | 0,27  | -3,86  | -0,78 |
| SİRBİSTAN  | 0,76                          | 0,76 | 0,80 | 0,02                       | -0,80 | 0,18  | 0,24                                      | 0,24 | 0,20 | 0,83                                   | 1,55 | 0,61 | 0,08                         | 0,04 | 0,02 | -0,64   | -19,88 | 10,74 | 1,21  | -18,98 | 11,79 |
| İTALYA     | 0,59                          | 0,62 | 0,63 | 0,01                       | 0,02  | 0,02  | 0,41                                      | 0,38 | 0,37 | 0,56                                   | 0,59 | 0,59 | 0,01                         | 0,01 | 0,01 | 3,08  | 4,62   | 7,10  | 2,00  | 3,52   | 5,15  |
| PORTEKİZ   | 0,62                          | 0,62 | 0,63 | 0,04                       | 0,05  | 0,09  | 0,38                                      | 0,38 | 0,37 | 0,56                                   | 0,53 | 0,51 | 0,01                         | 0,01 | 0,01 | 7,00  | 11,77  | 11,46 | 6,27  | 9,23   | 9,36  |
| RUSYA      | 0,11                          | 0,13 | 0,15 | -0,02                      | -0,05 | 0,00  | 0,89                                      | 0,87 | 0,85 | 0,15                                   | 0,18 | 0,09 | 0,02                         | 0,04 | 0,05 | 0,02  | -0,61  | 1,18  | 0,30  | -0,44  | 1,02  |

Net kar/varlık(aktif) toplamı oranı incelendiğinde, en düşük oranın -0,13 ile 2015 yılında Rusya'da, en yüksek oranın ise 0,09 ile 2015 yılında Polonya'da gerçekleştiği görülmektedir. Genel anlamda, 3 yıllık süreçte Finlandiya, İtalya ve Portekiz ülkelerindeki yiyecek içecek işletmelerinin söz konusu oran hususunda yıllar itibariyle artış eğiliminde oldukları gözlemlenmektedir. Söz konusu ülkelerin, varlıklarını diğer ülkelere kıyasla işletme faaliyetlerinde daha etkin kullandıklarını dolayısıyla daha fazla karlılık sağladıklarını söylemek mümkündür.

Birikmeli (kümülatif) karlılık oranı incelendiğinde, en düşük oranların her bir yıl itibariyle -1,35, -1,66 ve -1,71 ile Rusya'da, en yüksek oranların ise her bir yıl itibariyle 0,51, 0,51 ve 0,33 olarak Portekiz'de gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Söz konusu oran, işletmelerin uzun vadedeki karlılığını ifade ettiğinden genel anlamda 3 yıllık süreçte İngiltere, Fransa, İtalya ve Portekiz ülkelerindeki yiyecek içecek işletmelerinin diğer ülkelerdeki yiyecek içecek işletmelerine oranla uzun vadede kar dağıtım politikalarının daha etkin olduğu söylenebilmektedir. Yine üç yıllık bağlamda, İspanya'nın ve Rusya'nın negatif oranları olduğu görülmektedir. Bu bağlamda söz konusu işletmelerin uzun vadede kar sağlama hususunda yetersiz olduklarını ve kar dağıtım politikalarını yeniden gözden geçirmelerinin gerekli olduğunu söylemek mümkündür.

Faaliyet karı/net satışlar oranı incelendiğinde, en düşük oranın -0,79 ile 2015 yılında Sırbistan'da, en yüksek oranın ise 0,19 ile 2016 yılında yine Sırbistan'da gerçekleştiği görülmektedir. Söz konusu oran, üç yıllık süreçte İngiltere'de, Finlandiya'da ve Portekiz'de diğer ülkelere kıyasla daha yüksektir. Bu bağlamda söz konusu ülkelerin esas olarak gerçekleştirdikleri faaliyetlerin diğer ülkelere kıyasla daha karlı ve verimli olduğu söylenebilmektedir. Buna karşılık, üç yıllık süreçte genel olarak Fransa, İspanya Sırbistan ve Rusya açısından negatif oranlar söz konusudur. Dolayısıyla, bu ülkelerde esas faaliyetlerini gerçekleştirme hususunda yetersiz olduklarını ve esas faaliyetlerini gerçekleştirirken kar sağlayamadıkları gözlemlenmektedir.

Brüt satış karı/net satışlar oranı incelendiğinde, en düşük oranların her bir yıl bağlamında 0,11, 0,13 ve 0,15 ile Rusya'da, en yüksek oranların ise yine her bir yıl bağlamında 0,76, 0,76 ve 0,80 olarak Sırbistan'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Genel anlamda, üç yıllık süreçte en düşük oranlar Türkiye, Polonya ve Rusya ülkelerinde gerçekleşmiştir. Bu durum söz konusu ülkelerin mamül fiyatlandırma politikalarını gözden geçirmeleri gerekliliğini doğurmaktadır. Çünkü oranın diğer ülkelere oranda daha düşük gerçekleşmesi satılan malın maliyetinin toplam satışlar içerisindeki payının arttığını ifade etmektedir. Bu ülkeler dışındaki diğer ülkelerde birbirine yakın oranlar söz konusudur. Bu oranın yüksek olması olumlu olarak değerlendirilmektedir. Satılan malın maliyetinin toplam satışlar içerisinde en düşük payın

Sırbistan'da olduğu ve böylelikle en yüksek satış karlılığının söz konusu ülkede olduğu söylenebilmektedir.

Net kar/net satışlar oranı incelendiğinde, en düşük oranın -0,80 ile 2015 yılında Sırbistan'da, en yüksek oranın ise 0,18 ile 2016 yılında yine Sırbistan'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Söz konusu oran, net satışlarından yüzde kaçlık net kar sağladığını göstermesi bakımından işletme başarısı açısından oldukça önemli görülmektedir. Genel anlamda, 3 yıllık süreçte Fransa, İspanya ve Rusya açısından negatif oranlar söz konusudur. Dolayısıyla, bu işletmeler için net satışlarından kar sağlayamadıklarını ve net satış karlılığını arttıracak çözüm önerileri aranmasının gerekli olduğunu söylemek mümkündür.

Satılan malın maliyeti/net satışlar oranı incelendiğinde, en düşük oranların her bir yıl bağlamında 0,24, 0,24 ve 0,20 olarak Sırbistan'da, en yüksek oranların ise yine her bir yıl bağlamında 0,89, 0,87 ve 0,85 olarak Rusya'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Söz konusu oranın düşüş eğiliminde olması olumlu olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda, üç yıllık süreçte genel olarak İspanya, Sırbistan, İtalya ve Portekiz açısından diğer ülkelere kıyasla daha düşük oranlar söz konusudur. Bu ülkeler için üretilen malın maliyetinin diğer ülkelere kıyasla daha düşük olduğu söylenebilir.

Faaliyet giderleri/net satışlar oranı incelendiğinde, en düşük oranın 0,09 ile 2016 yılında Rusya'da, en yüksek oranın ise 1,55 ile 2015 yılında Sırbistan'da gerçekleştiği görülmektedir. Söz konusu oranın düşük olması istenmektedir. Bu bağlamda, üç yıllık süreçte genel olarak en düşük oranların Rusya'da gerçekleştiği, Rusya'yı Türkiye'nin Türkiye'yi de Polonya'nın izlediği görülmüştür. Diğer ülkelerin ise, birbirine yakın oranlar sergilediği gözlemlenmektedir. Dolayısıyla Rusya'daki yiyecek içecek işletmelerinin diğer ülkelerdeki yiyecek içecek işletmelerine kıyasla daha fazla esas faaliyet karı sağladığını, bu husustaki yönetimlerinin daha etkin olduğu söylenebilir.

Faiz giderleri/net satışlar oranı incelendiğinde, en düşük oranın 0,00 ile 2014 yılında Finlandiya'da, en yüksek oranın ise 0,08 ile 2014 yılında Sırbistan'da gerçekleştiği görülmüştür. Söz konusu oranın düşük olması istenmektedir. Genel anlamda üç yıllık süre zarfında Türkiye, İngiltere, Sırbistan ve Rusya'daki yiyecek içecek işletmelerinin her bir para birimlik net satışında diğer ülkelere oranla daha yüksek finansman giderine katlanmak zorunda olduklarını söylemek mümkündür.

Faiz ve vergiden önceki kar/faiz giderleri oranı incelendiğinde, en düşük oranın -19,88 ile 2015 yılında Sırbistan'da, en yüksek oranın ise 22,86 ile 2015 yılında İngiltere'de gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Söz konusu oran, bir hesap döneminde finansman giderlerinin kaç katı gelir elde edildiğini ifade ettiğinden yüksek olması arzu edilmektedir. Analiz döneminde en yüksek oranların Finlandiya, İtalya, Portekiz ve 2016 yılı hariç İngiltere açısından söz konusu olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, bu ülkelerdeki yiyecek içecek işletmelerinin faiz

ödemelerini karşılama gücünün diğer ülkelere kıyasla daha fazla olduğu söylenebilmektedir. 2016 yılında İngiltere’de ve Fransa’da, 2015 ve 2016 yıllarında İspanya’da, 2014 ve 2015 yıllarında Sırbistan’da ve 2015 yılında Rusya’da negatif oranlar söz konusudur. Bu durum, söz konusu ülkelerdeki yiyecek içecek işletmelerinin faiz ödemelerini karşılama konusunda yetersiz olduklarını göstermektedir.

Net kar+faiz giderleri/faiz giderleri oranı incelendiğinde, en düşük oranın -18,98 ile 2015 yılında Sırbistan’da, en yüksek oranın ise 18,14 ile 2015 yılında İngiltere’de gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Literatürde söz konusu oranın 4:1 ya da 3:1 olması yeterli kabul edilmektedir. Analiz döneminde İngiltere, Polonya, Finlandiya ve Portekiz’deki yiyecek içecek işletmelerinin standart değer üzerinde net kar+faiz giderleri/faiz giderleri oranına sahiptirler. Bu ülkelerdeki yiyecek içecek işletmelerinin faiz giderlerini karşılama hususunda diğer ülkelerdeki yiyecek içecek işletmelerine kıyasla daha başarılı olduklarını söylemek mümkündür. 2016 yılında İngiltere’nin, 2015 ve 2016 yıllarında Fransa’nın, 2015 ve 2016 yıllarında İspanya’nın, 2015 yılında Sırbistan’ın ve 2015 yılında Rusya’nın negatif oranları söz konudur. Söz konusu yıllarda analiz kapsamındaki ülkelerde yiyecek içecek işletmelerinin faiz giderlerini karşılama konusunda yetersiz kaldıkları söylenebilir.



## 6. SONUÇLAR ve ÖNERİLER

Günümüzde dünya genelinde gelişmekte olan teknoloji, yaşanan sosyo-ekonomik değişimler, nüfus artışı ve ekonomik şartlar, işletme sayılarının hızlı artışını da beraberinde getirmiştir. Ancak, potansiyel yatırımların sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmesi ve mevcut işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için güçlü bir finansal yapıya sahip olmaları gerekmektedir. Öte yandan, güçlü bir finansal yapıyı devam ettirebilmek için finansal analiz ve kontrol oldukça önemlidir.

Mevcut teknoloji ve gelişen üretim şekilleri, diğer işletmelerde olduğu gibi yiyecek içecek işletmelerinde de yoğun rekabet ortamına neden olmaktadır. İşletme sayıları her geçen gün artış gösterdiğinden, yiyecek içecek işletmeleri diğer işletmeler karşısında ayakta kalabilmek ve belirlediği hedeflerine ulaşabilmek için yerine getirdiği faaliyetlerin verimlilik düzeyini belirlemek, finansal faaliyetlerini planlamak, yürütmek ve kontrol etmek amacıyla mevcut finansal durumunu ve faaliyet sonuçlarını ortaya koymalıdır. Bu bağlamda, finansal kontrol ve finansal planlama süreçleri için finansal analiz gerçekleştirilmesi şart olmaktadır. Çünkü finansal analize olanak sağlayan finansal tablolar işletmeye yatırım yapmış ya da yapacak olan kişi ve kurumlara, fon sağlayıcılarına, yöneticilere, çalışanlara ve devlete işletmenin mevcut finansal yapısı konusunda güvenilir bilgiler sunmaktadır. Öte yandan, finansal analiz, işletmelerin faaliyetlerini yerine getirmek ya da yatırım yapmak amacıyla ihtiyaç duydukları fonları sağlamak açısından da oldukça önemlidir. Çünkü kredi sağlayacak olan kurumlar işletmeye fon sağlayıp sağlamamak hususunda karar vermek, daha anlamlı finansal yorumda ve değerlendirmede bulunmak için finansal tablo verilerinden yararlanarak gerekli finansal analizleri yerine getirmektedirler. Bu bağlamda, işletmelerin ve endüstrilerin mevcut durumunun belirlenmesi ve işletmeler ile endüstriler arası kıyaslama yaparak finansal performanslarının ölçülmesi için finansal analiz tekniklerinden biri olan oran analizi oldukça önemli ve sık başvurulan bir tekniktir. Oran analizi, finansal tablolarda yer alan ve anlamlı sonuçlar verecek iki kalemin birbirine oranlanması suretiyle gerçekleştirilmektedir. Söz konusu analiz, herhangi bir işletmenin ya da endüstrinin mevcut ve geçmiş yıllara ilişkin likidite, finansal yapı, varlık kullanımı ve karlılık performansları hakkında bilgiler sunmaktadır. Söz konusu bu bilgilerden yararlanılarak, geleceğe dair tahminlerde bulunmak mümkün olmaktadır.

İşletmelerin finansal performansını ölçmeye ve değerlendirmeye yönelik gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde; oran analizi, karşılaştırmalı analiz (yatay analiz), yüzde yöntemi ile analiz (dikey analiz), trend analizi, VZA (Veri Zarflama Analizi), DuPont analizi ve topsis yönteminin en çok başvurulan yöntemler olduğu görülmektedir. Yine yiyecek-içecek endüstrisine yönelik finansal performansı ölçmeye yönelik çalışmaların kısıtlı sayıda olduğu gözlemlenmiştir.

Bu araştırmanın temel amacı, yiyecek içecek endüstrisinin finansal analiz tekniklerinden biri olan oran yöntemiyle analiz edilerek elde edilen bulguların uluslar arası bağlamda karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesidir. Bu bağlamda, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası(TCMB) tarafından hazırlanan ve yayınlanan endüstri oranlarından ve Avrupa'da 9 ülke borsasında işlem gören 40 adet halka açık yiyecek içecek işletmesinin Thomson Reuters Eikon finansal veri tabanından elde edilen finansal tablolarından yararlanılmıştır. Çalışma kapsamındaki yiyecek içecek işletmelerinin 2014, 2015 ve 2016 yıllarına ilişkin finansal performanslarını belirlemek amacıyla likidite, finansal yapı, faaliyet oranları ve karlılık oranları analiz edilmeye çalışılmış ve söz konusu oranlarının her bir yıl bağlamında göstermiş olduğu değişimler incelenmiştir. Analiz sonucunda elde edilen oranlar, endüstrinin yıllar itibariyle seyrettiği eğilimler dikkate alınarak finans literatüründeki bilgiler yardımıyla analiz edilmeye ve hem endüstriyel bağlamda hem de ülkeler bağlamında yorumlanmaya çalışılmıştır. Ancak Avrupa ülkelerinde işletme sayılarında homojen bir dağılım olmadığı; Avrupa ülkelerindeki yiyecek içecek işletmelerinin verilerine ulaşabildiğimiz işletmelerle sınırlı olduğu dikkate alınmalıdır. Bu bağlamda ülke bazlı yapılan analiz sonuçları hususunda değerlendirme yapılırken; Finlandiya'da ve İspanya'da 2 işletmenin, Sırbistan'da, İtalya'da, Portekiz'de ve Rusya'da 1 işletmenin çalışma kapsamında yer aldığı göz önünde bulundurulmalıdır.

Araştırmada gerçekleştirilen oran analizi sonucunda; Avrupa'da yiyecek içecek faaliyeti yerine getiren işletmelerin likidite oranlarından cari oran, asit test oranı ve nakit oranı bakımından Türkiye yiyecek içecek endüstrisi işletmelerine kıyasla daha yüksek ortalamalara sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, Avrupa yiyecek içecek endüstrisinin kısa vadeli borçlarını karşılama gücünün Türkiye yiyecek içecek endüstrisine göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, Türkiye yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin sahip oldukları dönen varlıkları ile bu varlıklarının finansmanında yararlandıkları kısa vadeli yabancı kaynaklar arasında optimal bir denge kurmaları önerilebilir. Stoklar/dönen varlıklar ve stoklar/varlık toplamı oranları incelendiğinde ise hem dönen varlıklar içerisinde hem de aktif toplamı içerisinde stokların payının Türkiye yiyecek içecek işletmeleri açısından Avrupa'daki yiyecek işletmelerine göre çok yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, Türkiye yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin daha fazla stok bulundurduğunu ve stoklara bağımlılığın Türkiye'de daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. Fazla stok bulundurma stok maliyetlerini ve sigorta giderlerini arttıracığından zarar edilmesine neden olabilmektedir. Öte yandan aşırı stok bulundurma; bozulma ve zarar görme gibi riskleri de artırabilmektedir. Bu bağlamda, eğer stoklar kısa sürede ve uygun maliyetlerle elde edilebiliyorsa Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin gereğinden fazla stok bulundurmamaları önerilebilir. Kısa vadeli alacaklar/dönen varlıklar oranı ve kısa vadeli alacaklar/varlık toplamı oranı incelendiğinde ise hem dönen varlıklar içerisinde hem de aktif toplamı içerisinde kısa vadeli alacakların her iki oran bağlamında

Türkiye yiyecek içecek işletmelerinde, Avrupa yiyecek içecek işletmelerine göre daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin kredili satışlarının Avrupa'daki işletmelere kıyasla daha fazla olduğu ve alacaklara bağımlılığın Türkiye'de daha fazla olduğu söylenebilir. Alacakların fazla olması, tahsilât problemlerinin meydana gelmesine ve kaynak maliyetlerinin artmasına neden olabilmektedir. Öte yandan, esnek satış politikası izlemek satış hacmini arttırabileceğinden, eğer alacaklar finanse edilebiliyorsa ve söz konusu durum iş hacminin ve karlılığın artmasını sağlıyorsa bu oranın yüksek seyretmesi problem teşkil etmeyecektir. Aksi durumda, Türkiye yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin alacak politikalarını gözden geçirmeleri ve alacaklarını azaltılmaları önerilebilir. Sonuç olarak, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinde stoklara ve alacaklara bağımlılığın Avrupa'daki işletmelere kıyasla daha fazla olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, söz konusu işletmelere stokları ve alacakları dengelemeleri önerilebilir.

Likidite oranları açısından ülke bazlı elde edilen analiz bulgularına göre ise; cari oran bağlamında, 3 yıllık süreçte 2014 yılında İspanya'nın ve 2016 yılında Sırbistan'ın dışında kalan tüm ülkelerin sahip olduğu değerlerin optimal düzeyin altında kaldığı görülmüştür. En düşük oranların, Rusya, Portekiz ve İtalya'da gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Asit test oranı açısından, 3 yıllık süreçte optimal düzeye en yakın oranların İspanya ve Finlandiya'da gerçekleştiği; en düşük oranların ise Rusya, Portekiz ve İtalya gerçekleştiği görülmüştür. Nakit oranı bağlamında, 3 yıllık süreçte ülkelerin genelinde optimal düzeyin üstünde sonuçların gerçekleştiği ancak Türkiye'de ve Rusya'da söz konusu oranın her bir yıl açısından optimal düzeyin altında gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Stoklar/dönen varlıklar oranı açısından, 3 yıllık süreçte en düşük değerler, İngiltere, Fransa, Polonya ve Sırbistan'da gözlemlenmiştir. En yüksek oranların ise, 3 yıl üst üste Türkiye'de gerçekleştiği görülmüştür. Stoklar/varlık toplamı oranı incelendiğinde, genel anlamda ülkelerin birbirine yakın oranlar sergiledikleri görülmüştür. Bununla birlikte, 3 yıllık süreçte en düşük oranların Sırbistan'da, en yüksek oranların ise Türkiye'de gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Kısa vadeli alacaklar/dönen varlıklar oranı açısından, 3 yıllık süreçte genel olarak en düşük değerlerin Sırbistan'da, en yüksek değerlerin ise Rusya'da gerçekleştiği gözlemlenmiştir. En düşük değerler bağlamında, Sırbistan'ı İngiltere ve Portekiz izlemektedir. Kısa vadeli alacaklar/varlık(aktif) toplamı oranı incelendiğinde ise, 3 yıl bağlamında genel olarak, en düşük oranların Sırbistan'da en yüksek oranların ise Türkiye'de gerçekleşmiştir. En düşük oranlar bağlamında, Sırbistan'ı İngiltere ve Portekiz izlemektedir. Likide oranlarının tümü açısından, Türkiye en çok Fransa, İtalya ve Rusya ile benzer oranlar sergilemiştir. Söz konusu ülkeler, sahip oldukları düşük likidite oranları sebebiyle, kısa vadeli yükümlülüklerini yerine getirme hususunda sıkıntı yaşayabilirler ve söz konusu durumun işletmelerin kısa vadeli borçlarını karşılama riskini de olumsuz yönde etkileyeceği söylenebilir. Bu açıdan, söz konusu ülkelerdeki yiyecek içecek işletmelerinin, vade uyumunu sağlamak açısından kısa vadeli yabancı

kaynak kullanımlarını dönen varlık toplamlarına göre dengeli bir şekilde gerçekleştirmeleri, çalışma sermayesi ve stok yönetimlerini gözden geçirmeleri önerilebilir.

Yiyecek içecek endüstrisinin finansal yapı oranları incelendiğinde hem Türkiye hem de Avrupa yiyecek-içecek endüstrisindeki işletmelerin analiz döneminde sahip oldukları varlıkların finanse edilmesinde, öz kaynaklara kıyasla daha fazla borç kullanımına yöneldikleri, ancak Türkiye yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin özkaynaklarına kıyasla daha yüksek borçlanma oranlarına sahip oldukları görülmektedir. Bu oranın genel olarak 0,50 olması kabul edilebildiğinden ve bu düzeyden sonra borçlanma oranını arttırmanın işletme riskinin artmasına dolayısı ile işletmenin finansal sıkıntı içerisine girmesine neden olabileceği unutulmamalıdır. Özkaynak ile fonlamanın, işletmelerin yatırımlarını finanse etmek için kullanılan diğer fon sağlama yöntemlerine göre daha uzun vadeli ve faiz maliyeti olmadığı göz önünde bulundurulduğunda işletmelere özkaynaklarını daha fazla güçlendirmeleri önerilebilir. Öte yandan, Türkiye yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin sahip oldukları varlıkları karşılama hususunda ihtiyaç duydukları fonu sağlamada sıkıntı yaşamamaları için varlıklarının vade yapısına uygun olarak öz kaynak kullanım oranlarını arttırmaları önerilebilir. Uzun vadeli borçların devamlı sermayeye oranı incelendiğinde, her bir yıl için Türkiye'deki işletmelerin uzun vadeli fon yapısında; uzun vadeli yabancı kaynaklardan yararlanma oranlarının Avrupa'daki işletmelere kıyasla daha fazla olduğu görülmektedir. Maddi duran varlıkların özkaynaklara oranı incelendiğinde ise, Avrupa yiyecek içecek işletmelerinin maddi duran varlık yatırımlarını finanse ederken Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerine kıyasla daha fazla yabancı kaynaklara başvurdukları sonucuna ulaşılmaktadır. Maddi duran varlıkların uzun vadeli yabancı kaynaklara oranı incelendiğinde ise Avrupa yiyecek içecek işletmelerinin 1 para birimlik uzun vadeli borçlanmalarına karşılık Türkiye yiyecek içecek işletmelerine oranla daha fazla maddi duran varlığa sahip oldukları gözlemlenmiştir. Finansal kaldıraçtan yararlanmak belirli bir noktaya kadar karlılık oranını arttırıcı etki yapabilir ancak katlanılan zorunlu faiz giderleri işletmenin faaliyet karlılık oranından daha fazla ise işletmenin borçlanmaya gitmesi, özkaynak karlılık oranını ve hisse başına elde edilen kazancı düşürücü etki yapabilmektedir. İşletmenin sürekli olarak borçlanarak finansal kaldıraçtan yararlanma olanağı sınırlıdır. Finansman yönteminin riskli bir hale gelmesi, yabancı kaynak sağlama olanağını düşürebileceği gibi, finansman riski yükseldikçe elde edilebilecek yabancı kaynağın maliyeti de artış gösterecektir (Yaşar, 2006: 8). Dolayısıyla işletme değeri üzerinde belirli bir noktadan sonra negatif etkiye sebep olabilecektir. Yabancı kaynakların vade yapısı incelendiğinde ise Türkiye yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin, Avrupa'daki yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelere oranla toplam kaynakları içerisinde kısa vadeli borçlarının daha fazla olduğu görülmüştür. Buna karşılık, Avrupa yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin uzun vadeli yabancı kaynak kullanımlarının Türkiye yiyecek içecek endüstrisi işletmelerine kıyasla daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Söz konusu durum,

Türkiye’de uzun vadeli fon sağlayan kurumların Avrupa ülkelerindeki uzun vadeli fon sağlayıcılarına kıyasla daha muhafazakar yaklaşımlarından ve dolayısıyla ülkemizde uzun vadeli kaynak temini konusunda imkânların kısıtlı oluşundan kaynaklanmış olabilir. Bu bağlamda, söz konusu unsur kredi sağlayanlar tarafından kredi emniyeti açısından dikkate alınması gereken ve Türkiye yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin kısa vadeli borçlarını karşılama hususundaki riskini yükselten bir durumdur. Dönen varlıkların varlık toplamına oranı incelendiğinde, Türkiye yiyecek içecek endüstrisindeki işletmelerin varlık toplamları içerisinde dönen varlık yatırımları payının Avrupa yiyecek içecek endüstrisi işletmelerine kıyasla daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Kısa süreli yatırımlar daha kısa bir zaman aralığında kara dönüşebilir fakat satışların düştüğü ya da alacakların zamanında tahsil edilememesi Türkiye’deki yiyecek içecek işletmelerinin kısa vadeli fonlarını karşılama hususunda sıkıntı yaşamalarına neden olabilir. Maddi duran varlıkların varlık toplamına oranı bakımından ise, Avrupa yiyecek içecek işletmelerinin varlık toplamları içerisindeki maddi duran varlıklarının payının Türkiye yiyecek işletmelerine göre daha fazla olduğu dolayısıyla Avrupa’daki işletmelerin daha fazla sabit varlıklara yöneldikleri söylenebilir. Maddi duran varlıklar ucuz finansman sağlama açısından güvence olarak sunulabileceğinden dolayısıyla yatırım ve karlılık imkânları arttırılabileceğinden Türkiye yiyecek içecek işletmelerine daha fazla maddi varlık yatırımlarına yönelmeleri önerilebilir. Sonuç olarak, Türkiye’deki yiyecek içecek işletmelerinin yabancı kaynak kullanımının fazla olduğu, Avrupa’daki yiyecek içecek işletmelerinin ise yabancı kaynaklardan ziyade özkaynaklara yöneldikleri, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde hem kısa vadeli hem de uzun vadeli borçlanmanın yıllar itibariyle artış eğiliminde olduğu ancak kısa vadeli yabancı kaynak kullanımının daha fazla olduğu gözlemlenmektedir. Söz konusu sonuçlar, Karadeniz, Beyazgül, Dalak ve Günay (2017) ve Koşan ve Karadeniz (2014) çalışmalarında elde edilen sonuçlarla da benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda, Türkiye yiyecek içecek işletmeleri açısından finansal risk fazla olmakta ve bu durum söz konusu işletmelerin uzun vadeli fon sağlama hususunda sıkıntı çekmelerine sebep olabilmektedir.

Finansal yapı oranları açısından ülke bazlı yapılan analiz bulgularına göre ise; kaldıraç oranı bağlamında, Sırbistan dışında kalan tüm ülkelerde genel olarak standart değer üzerinde gerçekleştiği ancak en yüksek oranların 2015 ve 2016 yıllarında Rusya’da gerçekleştiği görülmüştür. Bu oran açısından en iyi durumdaki ülkelerin Sırbistan, İngiltere, İspanya ve Portekiz olduğu gözlemlenmiştir. Özkaynak/varlık(aktif)toplamı oranı bağlamında, 3 yıllık süreçte en yüksek oranların Sırbistan’da en düşük oranların ise Rusya’da gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Bu oran açısından en iyi durumdaki ülkelerin, Sırbistan, İngiltere ve İspanya olduğu belirlenmiştir. U.V.Y.K/devamlı sermaye oranı incelendiğinde, en düşük oranın 2015 yılında Rusya’da, en yüksek oranın da 2016 yılında yine Rusya’da gerçekleştiği görülmektedir. 3 yıl bağlamında ise, en yüksek oranlar Rusya’da gerçekleşirken, en düşük oranlar Sırbistan,

İngiltere ve Portekiz ülkelerinde gerçekleşmiştir. Maddi duran varlıklar/öz kaynaklar oranı bağlamında, 3 yıllık süreçte, en yüksek oranlar İngiltere, Polonya ve İtalya'da gerçekleşirken, en düşük oranların Rusya, İspanya ve Finlandiya'da gerçekleşmiştir. Maddi duran varlıklar/uzun vadeli yabancı kaynak oranı açısından, 3 yıllık süreçte en düşük oranların Finlandiya'da en yüksek oranların ise Sırbistan'da gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Söz konusu oran açısından, en iyi durumda olan ülkenin Finlandiya olduğu ve Finlandiya'yı İtalya'nın izlediği görülmüştür. Uzun vadeli finansmanın maddi duran varlıkları karşılamada yetersiz kaldığı ülkelerin İngiltere, Polonya, Sırbistan ve Portekiz olduğu gözlemlenmiştir. Kısa vadeli yabancı kaynak/yabancı kaynak toplamı oranı incelendiğinde, 3 yıllık süreçte 2015 yılında Rusya ve 2016 yılında Türkiye dışında diğer tüm yıllarda ve ülkelerde bu oranın optimal düzeyin altında kaldığı görülmüştür. Genel anlamda tüm ülkeler açısından birbirine yakın ortalamalar söz konusu iken, en düşük ortalamalar Sırbistan ve Finlandiya'da gözlemlenmiştir. Uzun vadeli yabancı kaynak/yabancı kaynak toplamı oranı açısından, 3 yıllık süreçte 2015 yılında Rusya dışında, tüm yıllar bağlamında Türkiye dışında ve 2014 ve 2015 yılları bağlamında Portekiz dışında tüm ülkelerde söz konusu oranın %40'ın üzerinde gerçekleştiği gözlemlenmiştir. En yüksek oranlar ise, Sırbistan, Finlandiya ve İspanya'da görülmüştür. Dönen varlıklar/aktif(varlık)toplamı oranı açısından, genel anlamda birbirine yakın oranlar söz konusudur. Ancak, 3 yıllık süreç bağlamında, en düşük oranların Sırbistan'da, en yüksek oranların ise Türkiye'de gerçekleştiği görülmüştür. Maddi duran varlıklar(net)/varlık(aktif) toplamı oranı incelendiğinde, 3 yıllık süreçte en düşük oranların Finlandiya'da, en yüksek oranların ise Sırbistan'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Finansal yapı oranları açısından genel anlamda, Türkiye'ye en benzer oranlar Fransa (5 oran ile), İtalya (3 oran ile) ve Portekiz (3 oran ile) ülkelerinde gözlemlenmiştir. Öte yandan, Türkiye'deki işletmelerin sahip oldukları varlıkları karşılarken diğer ülkelere kıyasla daha fazla yabancı kaynak kullanımına gittikleri görülmüştür. Söz konusu durum, finansal riski arttıracığından işletmelerin finansal açıdan yükümlülüklerini karşılama hususunda sıkıntı yaşanabilecekleri unutulmamalıdır. Öte yandan, Türkiye'deki işletmelerin özkaynakları diğer ülkelere göre genel olarak daha düşük olduğu görülmüştür. Bu bağlamda, Türkiye'deki işletmeler; faiz maliyeti olmayan özkaynaklara yönelmeleri ve özkaynaklarını güçlendirmeleri önerilebilir. Kısa vadeli borçlanmalar da hem optimal değere göre hem de diğer ülkelere göre fazla olduğundan daha çok uzun vadeli kaynağa yönelmeleri önerilebilir. Bununla birlikte, dönen varlıkların toplam varlıklar içindeki payı diğer ülkelere göre fazladır; kısa süreli yatırımlar kısa sürede kara dönüşebileceği gibi satışların düştüğü yada alacakların vaktinde tahsil edilemediğinde kısa vadeli fonları karşılamada sıkıntı yaşanabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır. Dolayısıyla, yabancı kaynak kullanımı hususunda varlık yapılarına uygun şekilde vade tercih etmeleri önerilebilir. Maddi duran varlıkların varlık toplamı içindeki payı da

diğer ülkelere göre düşük olduğu görülmüştür. Bu bağlamda, Türkiye'deki işletmelerin daha fazla maddi duran varlık yatırımına yönelmeleri önerilebilir.

Yiyecek içecek endüstrisi varlık kullanım oranları incelendiğinde, Avrupa yiyecek içecek işletmelerinin stoklarını, alacaklarını ve çalışma sermayesini Türkiye yiyecek içecek işletmelerine kıyasla daha etkin ve verimli bir şekilde kullandıkları belirlenmiştir. Avrupa yiyecek içecek işletmeleri açısından, söz konusu oran ortalamalarının daha yüksek olması, bu işletmelerin cari ve likidite oranları düşük olduğu zamanlarda dahi kısa vadeli borçlarını daha rahat ödeyebileceklerini göstermektedir. Türkiye'deki yiyecek içecek işletmeleri, daha etkin bir stok yöntemi planlayarak ve maliyetleri düşürerek fiyat avantajıyla stok devir hızlarını arttırabilirler. Bununla birlikte, müşteri beğeni-istekleri göz önünde bulundurarak daha çok müşteriye ulaşarak müşterilerle iyi ilişkiler sürdürerek ve daha etkin pazarlama yöntemleriyle de stok devir hızını arttırmak mümkün olabilmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerine devir hızlarını arttırmak için daha etkin bir stok yönetimi ve daha etkin bir alacak tahsilât politikası izlemeleri önerilebilir. Bu bağlamda alacak devir hızını arttırmak için, alacakların tahsili konusunda daha etkin davranılmalı, kredili satışlar hususunda daha sıkı bir politika uygulanmalı, vadeli olarak gerçekleştirilen satışların tahsilât süresini düşürmek için kısa vadeli satış politikasına geçilmeli ve vadeli satışların yapıldığı müşteriler hususunda seçici davranılmalı ve işletmenin alacaklara olan bağımlılığı azaltılmalıdır. Bununla birlikte, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerine iş hacimleri için gerek duydukları yoğun finansman ihtiyacını azaltmak için çalışma sermayesi unsurlarının bileşimi incelemeleri ve satışlarını daha etkin bir şekilde planlanmaları önerilebilir. Maddi duran varlıklar devir hızı açısından, Türkiye yiyecek içecek işletmelerinin maddi duran varlıklarını daha etkin kullandığını ya da sahip oldukları maddi duran varlıklarını kapasitelerinin üzerinde kullandıklarını söylemek mümkündür. Öte yandan, Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinde maddi duran varlıkların payının daha yüksek olmasının da bu sonucun elde edilmesine neden olduğu söylenebilir. Duran varlıklar devir hızı açısından, Türkiye'deki işletmelerin duran varlıklarını Avrupa'daki işletmelere oranla daha verimli kullandıkları ve duran varlıklarından kapasite üzerinde yararlandıkları söylenebilir. Bununla birlikte Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinde duran varlıkların payının daha yüksek olmasının da bu sonucun elde edilmesinde etkin olduğu söylenebilir.

Özkaynak devir hızı açısından, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin, özkaynaklarını daha verimli ve ekonomik kullandıklarını söylenebilir. Özkaynak devir hızı, ortakların işletmeye sağladıkları sermaye üzerinden sağlanan satış hacmini de ifade ettiğinden hisse senedi sahipleri için de önem arz etmektedir. Bu bağlamda, Avrupa yiyecek içecek işletmelerinin öz kaynak devir hızlarını arttırmak için, satışlar ile özkaynaklar arasında dengeli bir oran kurmaları ve satış hacmini arttırmaları önerilebilir. Aktif devir hızı açısından, Türkiye yiyecek içecek endüstrisi ile

Avrupa yiyecek endüstrisi bağlamında çok büyük bir farklılık görülmesi de Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde Avrupa'ya kıyasla daha yüksek olduğu ve dolayısıyla Türkiye'deki işletmelerin aktiflerini Avrupa'daki işletmelere oranla daha verimli kullandıkları söylenebilir. Avrupa yiyecek içecek işletmelerine ise, aktif yatırım büyüklüklerine dikkat etmeleri ve büyüme hızı konusundaki kararlarına satışlarını daha etkin bir planlama yaparak yön vermeleri önerilebilir. Sonuç olarak, Türkiye'deki işletmelerin stoklarının, alacaklarının, çalışma sermayesinin yıllar itibariyle dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir. Türkiye'deki işletmelerin finansal riskinin fazla olduğu, varlık kullanım oranları bağlamında stok, alacak ve çalışma sermayesi yönetimlerinde Avrupa işletmelerinin daha başarılı olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, söz konusu işletmelerin, sahip oldukları stokları ve varlıkları satışlarında daha etkin kullanmaları karlılıklarını arttırma hususunda pozitif bir etki sağlayabilecektir.

Varlık kullanım oranları açısından ülke bazlı yapılan analiz bulgularına göre ise; stok devir hızı açısından, üç yıllık süreçte İngiltere, Polonya ve Rusya'nın stok devir hızlarının diğer ülkelere kıyasla daha yüksek olduğu, İspanya ve Sırbistan'ın ise düşük olduğu görülmüştür. Alacak devir hızı oranları açısından, 3 yıllık süreçte en yüksek oranların; İngiltere, Polonya, Sırbistan ve İtalya ülkelerinde gerçekleştiği görülmektedir. En düşük oranların ise; Türkiye, Finlandiya, İspanya ülkelerinde gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Çalışma sermayesi devir hızı oranları bağlamında, 3 yıllık süreçte genel olarak İngiltere'de, Polonya'da, İtalya'da ve Rusya'da diğer ülkelere kıyasla daha yüksek olduğu; Türkiye'de, Fransa'da ve İspanya'da ise diğer ülkelere kıyasla daha düşük olduğu görülmektedir. Maddi duran varlık devir hızı oranları incelendiğinde, genel anlamda üç yıllık süreçte en yüksek oranların Finlandiya'da, en düşük oranların ise Sırbistan'da ve Portekiz'de gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Duran varlık devir hızı oranları açısından en yüksek oranların Türkiye'de, İtalya'da ve Rusya'da gerçekleştiği, en düşük oranların ise Sırbistan'da ve Portekiz'de gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Özkaynak devir hızı oranları incelendiğinde, genel anlamda 3 yıllık süreçte en yüksek oranlara Türkiye'nin, Fransa'nın, Polonya'nın ve İtalya'nın sahip olduğu, en düşük oranlara ise Rusya'nın, Portekiz'in, Sırbistan'ın ve İspanya'nın sahip olduğu görülmüştür. Öte yandan, Rusya'da yıllar itibariyle bir artış söz konusu olsa da Rusya'nın negatif özkaynak ile çalıştığı gözlemlenmiştir. Aktif devir hızı oranları açısından, 3 yıllık süreçte bağlamında en yüksek oranların Rusya'da ve Polonya'da, en düşük oranların ise Sırbistan'da, İspanya'da ve Portekiz'de gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Varlık kullanım oranları açısından tüm oranlar bağlamında Türkiye en çok Fransa (4 oran ile) ve Finlandiya(3 oran ile) ile benzer oranlar sergilemiştir.

Karlılık oranlarının analiz sonuçları incelendiğinde ise; özkaynak karlılık oranları açısından 2014 ve 2015 yıllarında Avrupa'daki işletmelerin ortaklarca tahsis edilen özkaynaklarını, Türkiye'deki işletmelere oranla daha etkin ve verimli kullandıkları söylenebilir. Ancak 2016 yılında ise büyük bir fark olmamakla birlikte hem Türkiye yiyecek içecek



endüstrisinde hem de Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde özkaynak karlılığının negatif olduğu görülmektedir. Vergi öncesi karın özkaynaklara oranı özkaynakların karlılığı oranını tamamlayıcı niteliktedir ve karın vergiden arındırılmasıyla, hem Türkiye hem de Avrupa açısından söz konusu oranda genel itibariyle artış söz konusudur. Ekonomik rantabilite oranı açısından, Avrupa'daki işletmelerin toplam kaynaklarını Türkiye'deki işletmelere oranla daha karlı kullandıkları görülmekte ve hem Türkiye hem de Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin 2016 yılındaki ekonomik rantabilite oranlarının, özkaynak karlılığı oranından yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla, söz konusu yılda yabancı kaynak maliyetlerinin normalin üzerinde seyrettiğini söylemek mümkündür. Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrisinin aktif karlılığı oranları incelendiğinde, her bir yıl için oranların birbirine çok yakın ve çok düşük olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, işletmelerin aktif karlılıklarını arttırmak için, aktiflerinden etkin bir şekilde yararlanarak doğru yatırım kararları almaları ve varlıklarını finanse etme politikalarını gözden geçirmeleri ve yabancı kaynak kullanımlarını azaltmaları önerilebilir. Birikmeli (kümülatif) kârlılık oranı açısından, Avrupa'daki işletmelerin uzun süreli karlılığının Türkiye'deki işletmelere oranla daha yüksek olduğu görülmektedir. Söz konusu oran açısından, Türkiye'deki işletmelere kar dağıtım politikalarını gözden geçirmeleri önerilebilir. Çünkü söz konusu oranın düşük çıkması, işletmenin başarısızlığa uğraması olasılığı hususunda ipucu olabilmektedir. Faaliyet kar marjı oranı açısından, 2014 ve 2015 yılları için Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrileri oran ortalamaları birbirine çok yakın olsa da Avrupa işletmelerinin ortalamalarının 2014 ve 2015 yılları arasında azaldığı dolayısıyla, endüstrinin esas faaliyet karlılığının ve verimliliğinin düştüğü söylenebilir. 2016 yılında ise artış gösterdiği ve Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin 2016 yılında esas faaliyetlerinin daha karlı ve verimli olduğunu söylenebilir. Türkiye açısından ise, yıllar itibariyle küçük de olsa bir artış eğiliminde olduğu dolayısıyla, endüstrideki işletmelerin ana faaliyetlerinin her bir yıl için bir önceki yıla oranla daha karlı olduğunu söylemek mümkündür.

Brüt kar marjı oranı açısından, Avrupa'daki işletmelerde satışların maliyetinin toplam satışlar içindeki payının Türkiye'deki işletmelere göre daha az olduğu dolayısıyla satış ve üretim maliyetlerinin Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinde daha etkin kontrol edildiği söylenebilir. Satılan malın maliyeti/net satışlar oranı zaten 3 yıl bağlamında her bir yıl için Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde Avrupa yiyecek içecek endüstrisine göre daha yüksek olduğu görülmektedir ve Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinde üretilen ve satılan malın maliyetinin Avrupa'daki işletmelere kıyasla daha fazla olduğu söylenebilir. Net kar marjı oranı açısından, tüm yıllar bağlamında hem Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde hem de Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde çok düşük seviyelerde olduğu hatta 2016 yılında negatif net kar marjına sahip oldukları gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, karlılığı arttırmak için Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin gelir gider dengesini sağlamaları ve maliyet ve gider kalemlerini

daha iyi analiz ederek gerekli almaları önerilebilir. Faaliyet giderleri/net satışlar oranı açısından, her bir yıl için Avrupa'daki işletmelerin Türkiye'deki işletmelere göre oldukça yüksek yüzdelere sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerine kıyasla net satışlarına göre daha fazla faaliyet giderlerine katlandıkları söylenebilir. Dolayısıyla, Avrupa'daki işletmelere araştırma-geliştirme, satış-dağıtım-pazarlama ve genel yönetim giderleri hususlarını gözden geçirilmeleri ve düşürülmesine yönelik önlemler almaları önerilebilir. Bununla birlikte, satış fiyatlarındaki değişiklikler ve satışların bileşiminde meydana gelen değişiklikler de dikkate alınmalıdır. Faiz ve vergiden önceki kâr/ faiz giderleri oranı açısından, 2014 ve 2015 yıllarında Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin faiz ödemelerini karşılama yeteneğinin, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerine oranla daha fazla olduğu söylenebilir. 2016 yılında ise, hem Türkiye hem de Avrupa işletmelerinin bir önceki yıla göre düşüş eğiliminde gösterdikleri hatta Avrupa işletmelerinde negatif bir seyir görülmektedir. Bu bağlamda, 2016 yılında Türkiye işletmelerinin faiz ödemelerini karşılama yeteneğinin Avrupa işletmelerine göre daha yüksek olduğu ve vergi avantajından daha fazla yararlandıkları söylenebilir. Yabancı kaynak kullanımı belli bir seviyeye kadar gerçekleştirildiğinde işletmelere vergi avantajı sağlarken, optimal oranın aşılıp yoğun bir şekilde yabancı kaynak kullanımı işletmenin finansal riskini arttırmakta ve dolayısıyla kredibilitesini düşürmektedir.

Net kâr+faiz giderleri/faiz giderleri oranı açısından, Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin 2014 ve 2015 yıllarında optimal düzeyin üzerinde olduğu, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin ise hem Avrupa ortalamalarının hem de optimal düzeyin altında kaldığı görülmektedir. 2016 yılında ise, hem Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin hem de Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin optimal düzeyin altında kaldığı hatta Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin negatif düzeyde olduğu gözlemlenmektedir. 2016 yılı dışında genel anlamda, Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelerinin faiz giderlerini karşılama hususunda Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerine oranla daha iyi oldukları söylenebilir. Bu bağlamda, Türkiye'deki işletmelere finansal açıdan darlığa düşmeden faizlerini karşılayabilmeleri için kaynak kullanımlarını gözden geçirmeleri yabancı kaynak kullanımından ziyade özkaynak kullanımına yönelmeleri, finansman giderlerini azaltmaları ve dönem karını arttırmaları önerilebilir. Aktif karlılık oranları açısından da, faiz giderlerini karşılama oranına benzer sonuçların geçerli olduğu görülmektedir. Kar ile satışlar arasındaki karlılık oranları incelendiğinde de, söz konusu oranların genel olarak yıllar itibarıyla azalış gösterdikleri görülmektedir. Bu bağlamda, endüstrideki işletmelerin likidite oranlarına bakıldığında da kısa vadeli borç kullanımlarının fazla olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu işletmelerin yoğun bir şekilde yabancı kaynak kullanımına gittiklerinden faiz yüklerinin fazla olduğu söylenebilmektedir. Yabancı kaynak kullanımı belli bir seviyeye kadar gerçekleştirildiğinde

işletmelere vergi avantajı sağlarken, optimal oranın aşılabildiği yoğun bir şekilde yabancı kaynak kullanımı işletmenin finansal riskini arttırmakta ve dolayısıyla kredibilitésini düşürmektedir. Sonuç olarak, karlılık oranları bağlamında, Avrupa'daki işletmelerin Türkiye'deki işletmelere kıyasla daha iyi bir performans sergiledikleri gözlemlenmiştir. Öte yandan, Türkiye yiyecek içecek endüstrisinde satışların maliyeti kalemi Avrupa yiyecek içecek endüstrisine kıyasla oldukça yüksektir. Söz konusu durum, Koşan ve Karadeniz (2014) çalışmalarında elde edilen sonuçlarla da benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda, maliyet kalemlerinin yüksek olması, brüt satış karının Türkiye yiyecek içecek endüstrisi açısından daha düşük gerçekleşmesine sebep olmaktadır. Dolayısıyla, Türkiye yiyecek içecek işletmeleri açısından maliyetlerin azaltılması önerilebilir. Avrupa yiyecek içecek endüstrisinde ise faaliyet giderlerinin Türkiye yiyecek içecek endüstrisine kıyasla oldukça fazla olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla Avrupa'daki yiyecek içecek işletmelere faaliyet giderlerini azaltmaları önerilebilir.

Karlılık oranları açısından ülke bazlı yapılan analiz bulgularına göre ise; net kar/özkaynak oranı açısından, 3 yıllık süreçte en yüksek oranların Finlandiya'da, İtalya'da ve Portekiz'de, en düşük oranların ise Fransa'da ve İspanya'da gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Vergi öncesi kar/özkaynak oranı açısından, üç yıllık süreçte genel olarak en yüksek oranların, Polonya'da, İtalya'da ve Portekiz'de, en düşük oranların ise Fransa'da ve İspanya'da gerçekleştiği görülmüştür. Finansman giderleri ve vergiden önceki kar/kaynak(pasif) toplamı oranı incelendiğinde, üç yıl bağlamında en yüksek oranların Sırbistan'da ve Portekiz'de, en düşük oranların ise Fransa'da ve İspanya'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Net kar/varlık(aktif) toplamı oranı açısından, 3 yıllık süreçte en yüksek oranların Polonya'da ve Portekiz'de, en düşük oranların ise Rusya'da, İspanya'da ve Fransa'da gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Birikmeli (kümülatif) karlılık oranı incelendiğinde, 3 yıl bağlamında en yüksek oranlara Portekiz'in ve İtalya'nın sahip olduğu, en düşük oranlara ise Rusya ve İspanya'nın sahip olduğu görülmüştür. Faaliyet karı/net satışlar oranının, üç yıllık süreçte İngiltere'de, Finlandiya'da ve Portekiz'de diğer ülkelere kıyasla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Buna karşılık, üç yıllık süreçte genel olarak Fransa, İspanya, Sırbistan ve Rusya açısından negatif oranların gerçekleştiği görülmüştür. Brüt satış karı/net satışlar oranı bağlamında, 3 yıllık süreçte en yüksek oranların Sırbistan'da, Portekiz'de, İtalya'da ve İspanya'da, en düşük oranların ise Türkiye'de, Polonya'da ve Rusya'da gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Net kar/net satışlar oranı açısından, en düşük oranın 2015 yılında Sırbistan'da, en yüksek oranın ise 2016 yılında yine Sırbistan'da gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Genel anlamda, 3 yıllık süreçte en yüksek oranların Portekiz'de, en düşük oranların ise Fransa'da, İspanya'da ve Rusya'da gerçekleştiği ve bu ülkeler bağlamında negatif oranların söz konusu olduğu belirlenmiştir. Satılan malın maliyeti/net satışlar oranı açısından, üç yıllık süreçte genel olarak en yüksek oranların Rusya'da, Türkiye'de ve Polonya'da gerçekleştiği görülmüştür. Buna karşılık, İspanya, Sırbistan, İtalya ve Portekiz açısından diğer

ülkelere kıyasla daha düşük oranların söz konusu olduğu gözlemlenmiştir. Faaliyet giderleri/net satışlar oranı açısından, genel olarak ülkelerin birbirine yakın oranlar sergilediği ancak 3 yıllık süreçte en yüksek oranların Sırbistan'da, İspanya'da ve İngiltere'de, en düşük oranların ise Rusya'da gerçekleştiği, Rusya'yı Türkiye'nin Türkiye'yi de Polonya'nın izlediği görülmüştür. Faiz giderleri/net satışlar oranı açısından, tüm ülkeler bağlamında birbirine yakın oranlar gözlemlenmektedir. Bunun yanında, üç yıllık süre zarfında en yüksek oranların Türkiye, İngiltere, Sırbistan ve Rusya ülkelerinde gerçekleştiği dolayısıyla söz konusu ülkelerin her bir para birimlik net satışında diğer ülkelere oranla daha yüksek finansman giderine katlanmak zorunda olduklarını söylenebilir. En düşük oranlara ise, Portekiz'in, İtalya'nın ve Fransa'nın sahip olduğu belirlenmiştir. Faiz ve vergiden önceki kar/faiz giderleri oranı bağlamında, analiz döneminde en yüksek oranların Finlandiya, İtalya ve Portekiz ve 2016 yılı dışında İngiltere açısından söz konusu olduğu görülmektedir. 2016 yılında İngiltere'de ve Fransa'da, 2015 ve 2016 yıllarında İspanya'da, 2014 ve 2015 yıllarında Sırbistan'da ve 2015 yılında Rusya'da negatif oranlar söz konusu olduğu gözlemlenmiştir. Net kar+faiz giderleri/faiz giderleri oranı açısından, analiz döneminde en yüksek oranların İngiltere'de, Polonya'da, Finlandiya'da ve Portekiz'de gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Buna karşılık, en düşük oranların, Rusya'da, İspanya'da, Fransa'da ve Türkiye'de gerçekleştiği görülmüştür. Bununla birlikte, 2016 yılında İngiltere'nin, 2015 ve 2016 yıllarında Fransa'nın, 2015 ve 2016 yıllarında İspanya'nın, 2015 yılında Sırbistan'ın ve 2015 yılında Rusya'nın negatif oranlara sahip olduğu gözlemlenmiştir. Karlılık oranlarının tümü bağlamında, Türkiye en çok İngiltere, Polonya ve İtalya ile benzer oranlar sergilemiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen sonuçlar, Türkiye ve Avrupa yiyecek içecek endüstrilerinin 2014, 2015 ve 2016 yıllarına ilişkin finansal performansı hususunda bilgiler sunmaktadır. Öte yandan, söz konusu araştırma sonucunda elde edilen bulguların, yiyecek içecek endüstrisinin finansal performansının ölçülmesi ve geçmiş yıllarla mukayesesi bakımından önem arz ettiği düşünülmektedir. Bunun yanında yapılan literatür taraması neticesinde, konuya ilişkin yiyecek içecek endüstrisine yönelik olarak bu kadar çok sayıda oranın analiz edildiği ve karşılaştırılmalı olarak değerlendirildiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda, gerçekleştirilen çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular değerlendirilirken, analiz süresinin 3 yıl ile kısıtlı olması, Türkiye'de halka açık yiyecek içecek işletmesinin bulunmayışı ve endüstride faaliyet gösteren işletmelerin finansal tablolarına erişilemediği ve dolayısıyla analizde kullanılan verilerin TCMB'nin hazırlayıp yayınladığı endüstri oranları kullanılarak elde edildiği göz önünde bulundurulmalıdır. Avrupa yiyecek içecek işletmeleri açısından ise çalışmanın gerçekleştirildiği yıllar bağlamında, verileri elde edilen işletmelerden çalışmada kullanılan oranlar açısından eksik ya da sağlıksız verileri olanların çalışma kapsamına alınmadıkları da göz önünde

bulundurulmalıdır. Söz konusu işletmelerin gelecekte finansal tablolarına erişilmesi halinde söz konusu çalışma daha geniş kapsamlı olarak gerçekleştirilebilir. Ayrıca, Türkiye'deki mevcut yiyecek içecek işletmelerinin finansal durumu ile dünyadaki yiyecek içecek işletmelerinin finansal durumunu belirlemek için ileride daha fazla sayıda işletmeye yönelik, daha uzun bir süreçte farklı analiz tekniklerinden yararlanarak çalışmaların çeşitlendirilebileceği ve Türkiye ve küresel bazda gerçekleştirilecek bir analiz çalışmasına da olanak sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma sonucunda elde edilen sonuçlara ilişkin olarak sunulan önerilerin, endüstrideki mevcut yatırımcılar ve yöneticiler tarafından dikkate alınarak oluşturulacak etkin ve verimli yatırım ve finansman politikalarıyla global rekabet ortamında endüstrideki diğer işletmelere kıyasla daha başarılı olmak ve işletmenin sürdürülebilirliğini sağlamak bağlamında yararlı olacağı düşünülmektedir.



## KAYNAKLAR

- [1]. Akaytay, A., Çatı, K., & Yücel, S. (2015). 5. Finansal oranların faaliyet alanlarına göre değişiminin merkez bankası sektör raporları yardımıyla incelenmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 44, 45-57.
- [2]. Akdoğan, N. & Tenker, N. (2001). *Finansal tablolar ve mali analiz teknikleri*, (7.bs.). Ankara: Gazi Kitabevi.
- [3]. Akdoğan, N. & Tenker, N. (2005). *Finansal tablolar ve mali analiz teknikleri*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- [4]. Akdoğan, N. & Tenker, N. (2007). *Finansal tablolar ve mali analiz teknikleri*. (12.bs.). Ankara: Gazi Kitabevi.
- [5]. Akgüç, Ö. (1998), *Finansal yönetim*, İstanbul: Muhasebe Enstitüsü.
- [6]. Akgüç, Ö. (2006). *Kredi taleplerinin değerlendirilmesi*. İstanbul: Arayış Basım ve Yayıncılık.
- [7]. Akgüç, Ö. (2011). *Mali tablolar analizi*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- [8]. Akın, A. & Akın, A. (2013). Gaziantep'te bulunan turizm işletme belgeli yiyecek içecek işletmelerinde uygulanan fiyatlama yöntemlerinin tespitine yönelik bir araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 12(1), 146-163.
- [9]. Aktaş, A. (2001). *Ağırlama hizmet işletmelerinde yiyecek ve içecek yönetimi*. Antalya: Livane Matbaası.
- [10]. Aktaş, A. (2011). *Ağırlama hizmet işletmelerinde yiyecek ve içecek yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [11]. Andrew, W. P., Damitio, J. W. & Schmidgall, R. S. (1993). *Financial management for the hospitality industry*, Michigan(USA): Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- [12]. Arif, T. M. H., Noor-E-Jannat, K. & Anwar, S. R. (2016). Financial statement and competitiveness analysis: A study on tourism & hospitality industry in Bangladesh. *International Journal of Financial Research*, 7(4), 180-189.
- [13]. Aydın, N. Başar, M. & Coşkun, M. (2010). *Finansal yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [14]. Aydın, N. Başar, M. & Coşkun, M. (2014). *Finansal yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [15]. Aytakin, S. & Sakarya, Ş. (2013). BİST'de işlem gören gıda işletmelerinin TOPSIS çok kriterli karar verme yöntemi ile finansal performanslarının değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 11(21), 30-47.
- [16]. Bakır, H. & Şahin, C. (2009). *Finansal tablolar analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [17]. Bansal, S. & Khosla, D. (2015). Working capital management of hotel industry in India: An analysis. *Foreign exchange. International Journal of Research*, 2(2), 442-453.
- [18]. Baraban, R. S. & Durocher, J. F. (2001). *Successful restaurant design*. (2.ed.). USA, New York: John Wiley & Sons.
- [19]. Bekar, A. & Gümüş Dönmez, F. (2014). Temalı restoranlar ve temalı-etnik restoran ayrımı. *Journal of International Social Research*, 7(35), 802-808.
- [20]. Belge, M. (2001). *Tarih boyunca yemek kültürü*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- [21]. Benli, S. (2015). Genel turizm. Çakıcı, A. C. (Ed.). *Yiyecek-İçecek Sektörü* içinde. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.

- [22]. Bingöl, R. (2015). *Restoran işletmeciliği: Restoranlar ve lokantalar nasıl yönetilir?* İstanbul: Timaş Yayınları.
- [23]. Berk, N. (2003). *Finansal yönetim*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- [24]. Canina, L. & Carvell, S. A. (2008). A comparison of static measures of liquidity to integrative measures of financial and operating liquidity: An application to restaurant operators and restaurant franchisors. *The Journal of Hospitality Financial Management*, 16(1), 35-46.
- [25]. Ceylan, A. & Korkmaz, T. (2010). *İşletmelerde finansal yönetim*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- [26]. Chibili, M. (2017). *Modern hotel operations management*. New York & London: Routledge.
- [27]. Çabuk, A. & Lazol, İ. (2008). *Mali tablolar analizi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- [28]. Çakıcı, A. C., Uzpak, B. D. & Kaynak, M. (2016). Antakya'da alakart servis yapılan restoranların sık karşılaştıkları işletmecilik sorunları üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies 4/Special issue 1*, 32-42.
- [29]. Çalışkan, O. (2013). Restoran işletmelerinde hizmet hataları, hizmet telafi stratejileri ve müşteri memnuniyeti ilişkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(3), 65-83.
- [30]. Çetin, Ş. (2003). *Yiyecek-içecek yönetimi II*. Mersin: Mersin Üniversitesi Yayınları.
- [31]. Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P. & Pantelidis, I. (2012). *Food and beverage management*. New York & London: Routledge.
- [32]. Demirci, N. S. (2017). İmalat sanayi sektöründe kârlılığın belirleyicileri: TCMB sektör bilançolarıyla panel veri analizi (1996-2015). *Ege Akademik Bakış*, 17(3), 381-393.
- [33]. Demirkol, Ş. & Zengin, B. (2015). Yiyecek-içecek işletmeleri. Zengin, B. & Demirkol, Ş. (Ed.), *Turizm İşletmeleri içinde*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- [34]. Denizler, D. (2012). Yiyecek-içecek işletmelerinin sınıflandırılması ve örgütlenmesi. Mehmet Sarıışık (Ed.). *Yiyecek İçecek Hizmetleri içinde*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- [35]. Dizkırıcı, A. S. (2014). Borsa İstanbul gıda, içecek endeksine kote işletmelerin finansal performanslarının veri zarflama analizi ile ölçümü ve malmquist endeksine göre karşılaştırılması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 63, 152-170.
- [36]. Doğdubay, M. (2006). *Büyük ölçekli otellerdeki yiyecek-içecek departmanlarının üretim kayıplarını önlemeye yönelik olarak üretim planlaması*. Yayımlanmamış doktora tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- [37]. Doğdubay, M. & Cevizkaya, G. (2015). Yiyecek-içecek endüstrisi ve yiyecek-içecek endüstrisindeki işletmelerin yönetsel fonksiyonlarının analizi. Murat Doğdubay (Ed.), *Turizm İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Yönetimi içinde*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- [38]. Doğdubay M. & Saatçı G. (Ed). (2017). *Yiyecek ve içecek paradoksu(kavramlar/süreçler)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [39]. Doğdubay, M. & Sarıoğlan, M. (2010). Büyük ölçekli otel işletmelerinin yiyecek-içecek ünitelerinde maliyet azaltılması ve maliyet azaltılmasında kontrol sistemlerinin uygulanabilirliği. *Dergi Park, Verimlilik Dergisi*, 4, 14-15.
- [40]. Dursun, A. & Erol, S. (2012). Denizyolu yük taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren firmaların finansal yapı analizi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 367-382.
- [41]. *Elements Business Skills*. (2008). Singapore: Pearson Education South Asia.
- [42]. Elmas, B. (2015). *Finansal tablolar analizi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- [43]. Ercan, M. K. & Ban, Ü. (2005). *Finansal yönetim*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- [44]. Finkelstein, J. (2013). *Fashioning appetite: Restaurants and the making of modern identity*. London, New York: IB Tauris.
- [45]. Göçer, K. (2015). Mali tablolar analizi: Pendik Belediyesi örneği. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 10(1), 139-161.
- [46]. Gürsoy, D. (1995). *Yemek ve yemekçiliğin evrimi*. İstanbul: Kurtiş Matbaacılık.
- [47]. Herciu, M., Ogorean, C. & Belascu, L. (2011). A DuPont analysis of the 20 most profitable companies in the world. *International Conference on Business and Economics Research*, 1, 45-48.
- [48]. Hjalager, A. M., & Richards, G. (Eds.). (2003). *Tourism and gastronomy*. London: Routledge.
- [49]. İskenderoğlu, Ö., Karadeniz, E. & Ayyıldız, N. (2015). Enerji sektörünün finansal analizi: Türkiye ve Avrupa enerji sektörü karşılaştırması. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(3), 86-97.
- [50]. Kaderli, Y. C. (2006). *İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören gıda sektörü şirketlerinin finansal performansının ölçülmesi ve özsermaye kârlılığını etkileyen faktörlerin belirlenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- [51]. Kahiloğulları, S. & Karadeniz, E. (2015). Halka açık konaklama şirketlerinin finansal yapılarının analizi: Uluslararası bir karşılaştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2, 531-548.
- [52]. Karadeniz, E. (2016). Hastane hizmetleri alt sektörünün finansal performansının incelenmesi: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası sektör bilançolarında bir uygulama. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 19(2), 101-114.
- [53]. Karadeniz, E. & Beyazgül, M. (2016). Halka açık turizm şirketlerinin nakit dönüşüm sürelerinin analizi: Türkiye ve bazı Avrupa ülkeleri karşılaştırması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(2), 243-257.
- [54]. Karadeniz, E., Beyazgül, M., Dalak, S. & Günay, F. (2017). Türk turizm sektörünün finansal performansının dikey analiz yöntemiyle incelenmesi: BIST turizm şirketleri ve TCMB sektör bilançoları üzerinde bir araştırma. *Sosyoekonomi*, 25(32), 105-119.
- [55]. Karadeniz, E., Dalak, S., Beyazgül, M. & Günay, F. (2016). Konaklama ve yiyecek hizmetleri alt sektöründeki küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin finansal performansının karşılaştırmalı tablolar analiz tekniği ile incelenmesi. *World of Accounting Science*, 18(3), 631-657.
- [56]. Karadeniz, E., Dalak, S., Beyazgül, M. & Günay, F. (2017). Türk turizm sektöründe finansman kararlarının alt sektörler kapsamında karşılaştırmalı analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (2), 157-170.
- [57]. Karadeniz, E. & İskenderoğlu, Ö. (2011), İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören turizm işletmelerinin aktif kârlılığını etkileyen değişkenlerin analizi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 65-75.
- [58]. Karadeniz, E., İskenderoğlu, Ö., Beyazgül, M. & Zencir, B. (2015). Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri alt sektöründeki küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin banka kredisi kullanım düzeyinin analizi. *World of Accounting Science*, 17(1), 57-74.
- [59]. Karadeniz, E., Kandır, S. Y., İskenderoğlu, Ö. & Önal, Y. B. (2011). Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası sektör bilançoları yardımıyla oteller ve lokantalar sektörünün finansman kararlarının incelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 8(1), 1-11.
- [60]. Karadeniz, E., Kahiloğulları, S., & Kılıç, E. (2015). Karayolları yolcu taşımacılığı işletmelerinin finansal analizi: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası sektör bilançolarında bir araştırma. *Muhasebe ve Denetim Bakış*, 15(46), 81-96.



- [61]. Karadeniz, E. & Koşan, L. (2017). Hastane hizmetleri sektörünün aktif ve özsermaye karlılık performansının analizi: Hastane hizmetleri sektör bilançolarında bir araştırma. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 37-47.
- [62]. Karadeniz, E., Koşan, L., Beyazgül, M. & Dalak, S. (2016). Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri alt sektörünün ölçek temelinde fon akım analizi: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası sektör bilançoları üzerinde bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3), 257-272.
- [63]. Karadeniz, E., Koşan, L., Günay, F. & Beyazgül, M. (2017). Türk imalat sektöründe finansal performansın gri ilişkisel analiz yöntemi ile incelenmesi: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası imalat alt sektör bilançolarında bir araştırma. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 10(2), 161-184.
- [64]. Karadeniz, E. & Kılıç, E. (2015). Deniz ve kıyı sularında yolcu taşımacılığı sektörünün finansal performansının oran yöntemiyle analizi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 79-98.
- [65]. Karapınar, A. & Ayıkoğlu Zaif, F. (2013). *Finansal analiz*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- [66]. Kim, H. S. (2016). A study of financial performance using DuPont analysis in food distribution market. *Culinary Science & Hospitality Research*, 22(6), 52-60.
- [67]. Kim, H., & Gu, Z. (2003). Risk-adjusted performance: A sector analysis of restaurant firms. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 27(2), 200-216.
- [68]. Kim, W. G. & Ayoun, B. (2005). Ratio analysis for the hospitality industry: A cross sector comparison of financial trends in the lodging, restaurant, airline, and amusement sectors. *The Journal of Hospitality Financial Management*, 13(1), 59-78.
- [69]. Koçak, N. (2006). *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [70]. Koçak, N. (2012). *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [71]. Koçyiğit, M. (2009). Havayolu işletmelerinin performansının Tobin q oranı ile ölçülmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 44, 179-189.
- [72]. Koşan, L. & Karadeniz, E. (2014). Konaklama ve yiyecek hizmetleri alt sektörünün finansal performansının DuPont finansal analiz sistemi kullanılarak incelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(2), 75-89.
- [73]. Küçükbaşlan, N. (2011). *Yiyecek-içecek işletmelerinde mutfak hizmetleri yönetimi*. Bursa: Alfa Aktüel Yayıncılık.
- [74]. Küçüksavaş, N. (2005). *Finansal muhasebe (genel muhasebe)*. İstanbul: Kare Yayınları.
- [75]. Lockwood, A. J., Davis, B., Alcott, P. A. & Pantelidis, I. (2012). *Food and beverage management*. (5.ed.). New York & London: Routledge.
- [76]. Maviş, F. (2003). *Endüstriyel yiyecek üretimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [77]. Met, Ö. (2013). *Turizm ve ağırlama işletmelerinde finansal analiz ve bir uygulama*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [78]. Ngary, C., Smit, Y., Bruwer, J. P. & Ukpere, W. I. (2014). Financial performance measures and business objectives attainment in fast food smmes in the cape metropolis: a preliminary liability and suitability analysis. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(20), 909-921.
- [79]. Ninemeier, J. D. (1998). *Food and beverage controls*. (4.ed.). USA: East Lansing, The Educational Institute of the Amer -Motel Association.
- [80]. Okka, O. (2005). *Finansal yönetime giriş*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- [81]. Olalı, H. & Korzay, M. (1993). *Otel işletmeciliği*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

- [82]. Önal, Y. B., Karadeniz, E. & Koşan, L. (2006). Finansal analiz tekniklerinin otel işletmelerinde stratejik yönetim aracı olarak kullanımına ilişkin teorik bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 3(2), 16-25.
- [83]. Özgülbaş, N., Koyuncugil, A. S., Duman, R. & Hatipoğlu, B. (2008). Özel hastane sektörünün finansal değerlendirmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 40, 120-131.
- [84]. Perçin, S. & Talha, U. (2007). Tekstil ve gıda sektöründe etkinlik ölçümü: VZA-malmquist TFP endeksi uygulaması. *İktisat İşletme ve Finans*, 22(250), 154-171.
- [85]. Pırnar, İ. (2015). *Yiyecek içecek işletmeleri yönetimi*. Ankara: TRAMEP
- [86]. Piotrowski, C. M. (2016). *Designing commercial interiors*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- [87]. Planinc, T. & Kukanja, M. (2016). Financial performance of the Slovenian restaurant sector. *In Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry*, 334-349.
- [88]. *Primary grammar and word study*. (2008). New Zealand: R.I.C. Publications.
- [89]. Rızaoğlu, B. & Hançer, M. (2005). *Menü ve yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [90]. Sarıışık, M., Çavuş, Ş. & Karamustafa K. (2010). *Profesyonel restoran yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [91]. Sarıışık, M. ve Hatipoğlu, A. (2009). Türk turizm tarihi yapısal ve sektörel gelişim. Çavuş, Ş., Ege, Z. & Çolakoğlu, O. E. (Ed.). *Türkiye’de Yiyecek-İçecek Sektörünün Gelişimi* içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [92]. Sarıışık, M. ve Hatipoğlu, A. (2013). Türk turizm tarihi yapısal ve sektörel gelişim. Çavuş, Ş., Ege, Z. & Çolakoğlu, O. E. (Ed.). *Türkiye’de Yiyecek-İçecek Sektörünün Gelişimi* içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [93]. Sökmen, A. (2005). *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi ve işletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [94]. Sökmen, A. (2010). *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi ve işletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [95]. Sökmen, A. (2011). *Yiyecek ve içecek servisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [96]. Sönmez, R. (2008). *4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde banket (ziyafet) hizmetleri yönetimi (Ankara ilinde bir uygulama)*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- [97]. Şamiloğlu, F. & Akgün, A. İ. (2015). *Finansal tablolar analizi*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- [98]. Şen, L. M., Zengin, B., & Yusubov, F. (2015). Otel işletmelerinde finansal analizlere ilişkin bir örnek olay incelemesi. *The Journal of Business Science*, 3(1), 64-85.
- [99]. Taşdağıtıcı, E. (2016). *Yiyecek içecek işletmelerinde sınıflandırma sistemleri: Ankara’daki 1. sınıf restoran işletmelerinin algısına yönelik bir uygulama*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- [100]. Tektaş, A. & Tosun, E. Ö. (2010). Yiyecek içecek endüstrisinde uluslararası performans kıyaslaması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 29-44.
- [101]. Teyin, G., Aslan, N., Sormaz, Ü., Pekerşen, Y., & Nizamlioğlu, H. F. Turizm sektöründe etnik restoranlar: İstanbul örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 77-87.
- [102]. Toroslu, V. M. & Durmuş, N. C. (2016). *Finansal tablolar analizi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [103]. Türksoy, A. (1997). *Yiyecek ve içecek hizmetleri yönetimi*. Ankara: Turhan Kitabevi.

- [104]. Türksoy, A. (2002). *Yiyecek ve içecek hizmetleri yönetimi*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- [105]. Tütüncü, Ö. (2009). *Ağırlama hizmetlerinde kalite sistemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [106]. Usta, Ö. (2011). *İşletme finansı ve finansal yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [107]. Wood, R. C. ve Brotherton, B. (Eds.). (2008). *The SAGE handbook of hospitality management*. London, California, New Delhi & Singapore: SAGE.
- [108]. Yılmaz, Y. (2007). *Otel ve yiyecek-içecek işletmelerinde ziyafet organizasyonu ve yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [109]. Yılmaz, Ö., Yılmaz, Y. & Yılmaz, Ö. (2013). *Yiyecek içecek işletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [110]. Yılmaz, Y. (2012). *Otel ve yiyecek içecek işletmelerinde ziyafet organizasyonu ve yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [111]. Zencir, E. (2017). *Restoran yönetimi: Kavramlar ve süreçler*. Kozak, N. (Ed.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- [112]. Zengin B. & Demirkol Ş. (Ed.). (2015). *Turizm işletmeleri*. (3.b.s.). İstanbul: Değişim Yayınları.
- [113]. Ayrıntılı Oran Analizi Raporu (2013, 25 Mart). 3 Mart 2018 tarihinde [http://finman.com.tr/admin/files/Oran\\_Raporu\\_ornek.pdf](http://finman.com.tr/admin/files/Oran_Raporu_ornek.pdf) adresinden alınmıştır.
- [114]. Challenges you May Face if You Are a Restaurant Owner (2017, 12 Aralık). 4 Mayıs 2018 tarihinde <https://www.entrepreneur.com/article/306018> adresinden alınmıştır.
- [115]. İşletme Karlılığını Artırıcı Faktörler (t.y.). 4 Mayıs 2018 tarihinde <http://infotekas.com.tr/isletme-karlilikini-arttirici-faktorler.html> adresinden alınmıştır.
- [116]. Operating Ratio (n.d.). 21 Mart 2018 tarihinde <https://www.investopedia.com/terms/o/operatingratio.asp> adresinden alınmıştır.
- [117]. Reasons Restaurants Fail (2008, 9 Ocak). 4 Mayıs 2018 tarihinde <http://www.r-innovations.com/ReasonsRestaurantsFail.html> adresinden alınmıştır.
- [118]. Restorancılar İçin Yönetimin Temelleri (2018, 19 Mart). 1 Haziran 2018 tarihinde <https://www.waiterio.com/tr/restoran-basarisi/restarafteurler-icin-iyi-yonetim-temelleri> adresinden alınmıştır.
- [119]. Restoranlar Neden Kapanır ve Bu Konuda Ne Yapılabilir? (2017, 7 Kasım). 1 Haziran 2018 tarihinde <http://www.focusprofesyonel.com/blog-detay/restoranlar-neden-kapanir-ve-bu-konuda-ne-yapilabilir/30> adresinden alınmıştır.
- [120]. Restoranlarda Personel Kaynaklı Sorunları Çözmek için 4 Öneri (n.d.). 1 Haziran 2018 tarihinde <https://www.protel.com.tr/blog/restoranlarda-personel-kaynakli-sorunlari-cozmek-icin-4-oneri/> adresinden alınmıştır.
- [121]. Sektör Bilançoları (t.y.). 26 Kasım 2015 tarihinde <http://www3tcmb.gov.tr/seyer/2015/Raporlar/oran.pdf> adresinden alınmıştır.
- [122]. TAVAK Vakfı (t.y.). 4 Mayıs 2018 tarihinde <http://www.tavakvakfi.com/tr/turkiyede-yeme-icmegastronomi-sektorunun-boyutlari-ve-gelisme-egilimleri.html> adresinden alınmıştır.
- [123]. The State of the Restaurant Industry (2017, 12 Temmuz). 4 Mayıs 2018 tarihinde <https://www.business.com/articles/state-of-restaurant-industry/> adresinden alınmıştır.
- [124]. Top 10 Challenges Facing Restaurants (2014, 18 Şubat). 24 Kasım 2017 tarihinde <http://www.kahnlitwin.com/blogs/the-restaurateur/top-10-challenges-facing-restaurants-cont> adresinden alınmıştır.

- [125]. Turizm Aktüel (2018, 29 Mart). 2 Haziran 2018 tarihinde <http://www.turizmaktuel.com/haber/gastronomi-turizminin-rontgenini-ceken-arastirma> adresinden alınmıştır.
- [126]. Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik (2005, 21 Haziran). 19 Nisan 2018 tarihinde <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14518/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html> adresinden alınmıştır.
- [127]. Turizm & Yatırım Dergisi (t.y.). 4 Mayıs 2018 tarihinde <http://www.turizmyatirimdergisi.com.tr/haber-detay-531-tavak--gastronomi-turisti-1-bucuk-kat-fazla-harciyor.html> adresinden alınmıştır.
- [128]. TÜRSAB Gastronomi Raporu. (t.y.). 30 Mart 2018 tarihinde [https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu\\_12302\\_3531549.pdf](https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf) adresinden alınmıştır.
- [129]. World Tourism Organization (n.d.). 11 Eylül 2015 tarihinde <http://www2.unwto.org> adresinden alınmıştır.
- [130]. What Are the Challenges for Restaurant Owners? (n.d.). 4 Mayıs 2018 tarihinde <http://smallbusiness.chron.com/challenges-restaurant-owners-24317.html> adresinden alınmıştır.
- [131]. 6 Challenges You Will Face As A Restaurant Owner And How To Overcome Them (n.d.). 4 Mayıs 2018 tarihinde <http://www.business-fundas.com/2017/6-challenges-you-will-face-as-a-restaurant-owner-and-how-to-overcome-them/> adresinden alınmıştır.
- [132]. 4 Common Problems That Restaurants Will Continue To Face In 2018 (2018, 15 Mart). 4 Mayıs 2018 tarihinde <https://boostcapital.co.uk/blog/4-problems-restaurants-face-2018/> adresinden alınmıştır.
- [133]. 2017 International Tourism Results: the highest in seven years (2018, 15 Ocak). 13 Mart 2018 tarihinde <http://media.unwto.org/press-release/2018-01-15/2017-international-tourism-results-highest-seven-years> adresinden alınmıştır.
- [134]. 13 Real Reasons a Restaurant Fails (2018, 21 Şubat). 4 Mayıs 2018 tarihinde <https://www.bluecart.com/blog/restaurant-failure> adresinden alınmıştır.
- [135]. 7 Surprisingly Common Problems That Restaurants Face (n.d.). 4 Mayıs 2018 tarihinde <https://restaurantengine.com/common-problems-restaurants-face/> adresinden alınmıştır.

## ÖZGEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER

**İsim:** Fatma Senem BEYAZ  
**Doğum Yeri:** Adıyaman  
**Doğum Tarihi:** 27.05.1990

### ÖĞRENİM DURUMU

Lise : Adıyaman Lisesi (Yabancı Dil Ağırlıklı Lise)  
Fen 86.45/100 2004 –2008

Üniversite (ÖnLisans) : Adıyaman Üniversitesi – (Örgün Öğretim) 86/100Turizm  
İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm ve Otel  
İşletmeciliği – Türkçe2008–2010

Erasmus : Kajaani University of Applied Sciences Business and  
Administration İngilizce Finlandiya 2010–2010

Üniversite (Lisans) : Mersin Üniversitesi – (Örgün Öğretim) 79 /100 Turizm Fakültesi,  
Turizm ve Otel İşletmeciliği – Türkçe 2010–2013

Üniversite (Yüksek Lisans) : Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi Finans Dalı Tezli Yüksek  
Lisans,Sosyal Bilimler Enstitüsü – Türkçe 2014-2018